

Coordinadora del número:
Ana Gabriela Ramos Morales

Vol 4 (1): Enero, 2020
ISSN: 2594-1674

Revista Relayn micro y pequeña empresa en Latinoamérica
ISSN: 2594-1674
Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2017-101613464500-102

Entidad Editora
Invepy y asociados S.C.
Prol. Independencia, 48-A Col. Santa Rosa Jáuregui, Querétaro, México C.P. 76220
+52 (1442) 409 2049
Correo electrónico: atencion@relayn.org

Página web: http://www.iquatroeditores.com/revista/index.php/relayn/

Esta revista se publica cuatrimestralmente en los meses de abril, agosto y diciembre y contiene artículos originales, comunicaciones cortas, cartas al editor, estados del arte y/o reseñas de libros derivados de investigaciones y reflexiones científicas. El objetivo de estos artículos es la difusión de contenido de corte científico académico, aunque no representa la opinión de la organización editorial, de la empresa gestora, ni de los editores involucrados. Los contenidos son responsabilidad exclusiva de los autores, por lo que agradecemos que si tienen cualquier observación o cuestionamiento sobre la originalidad de los textos, puede ser notificada al correo de la revista atencion@relayn.org y a los autores.


Revista
RELAYN
Micro y pequeña empresa
en Latinoamérica

REVISTA RELAYN MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN LATINOAMÉRICA

www.relayn.org

ESTUDIOS EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

REVISTA RELAYN MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN LATINOAMÉRICA Volumen 4
Enero-Abril 2020 I No.1

Indizados en





INDICE

ISSN: 2594-1674

Nota editorial

REVISTA RELAYN MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN LATINOAMÉRICA

Es una publicación arbitrada por especialistas reconocidos en el ámbito académico, dedicada a divulgar trabajos originales que presentan resultados de estudios e investigaciones en las áreas económicas – administrativas, enfocadas en las micro y pequeñas empresas.

Dra. Nuria Beatriz Peña Ahumada Dr. Oscar Cuauhtémoc Aguilar Rascón Dr. Rafael Posada Velázquez

ISSN: 2594-1674

Nota editorial del número

REVISTA RELAYN MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN LATINOAMÉRICA

En el 2018 de acuerdo a datos oficiales en México existe 4.2 millones de empresas de esas el 99.8% están consideradas las pequeñas y medianas empresas, que representan el 42% del producto interno bruto y son las responsables de la generación del 78% de empleo en el país.

En México las pymes surgen como una fuente de ingresos para las familias y las pequeñas poblaciones con el objetivo de acercar productos y servicios a la población. Estas promueven el desarrollo económico nacional, tomando en cuenta los requerimientos que la misma globalización está demandando, la disminución de los costos, la capacitación, manejo de tecnologías, creatividad y competitividad se encuentran dentro de ellas, con base a las tendencias globales son de vital importancia para lograr la permanencia dentro de los mercados.

Dentro de la presente publicación encontramos en el Artículo 1 como las tecnologías están siendo una herramienta indispensable y necesaria para aquellas empresas que quieran permanecer en el mercado, puesto que la misma globalización las ha convertido en un complemento empresarial, de la misma manera en el Artículo 2, nos encontramos con el análisis del comportamiento de los líderes dentro de empresas en Acapulco Guerrero, el Artículo 3 hace referencia al análisis de la edad como un factor en la implementación de las tícs dentro de las micro y pequeñas empresas de Cuernavaca, considerando dentro de las mas importantes el uso de las redes sociales como un medio de mantenerse en constante comunicación con los clientes principalmente, en el cuarto artículo podemos encontrar un aspecto importante dentro del desarrollo de las MiPymes, el uso de las criptomonedas que están siendo una alternativa de inversión, dentro del estudio presentan las diferencias al respecto de las generaciones X y Y en cuanto al conocimiento y hábitos de inversión. En la actualidad las mujeres han logrado escalar lugares importantes dentro de la economía nacional desde el emprendimiento estos aspectos se analizan en el 5 artículo específicamente a aquellas que aun sin contar con estudios el incremento de las mismas en el ámbito empresarial basadas en sus habilidades. Es importante conocer si la efectividad y la satisfacción dentro del logro de objetivos depende del género del directivo, tema abordado en el Artículo 6 en las Ciudad de Victoria Tamaulipas, encontrándose que 51.1% son varones y 48.5% son mujeres, no encontrándose diferencias significativas. En el Artículo 7 se analiza a la manufactura esbelta como herramienta de mejora para el servicio al cliente, encontrándose que las acciones de la dirección serán determinantes para la producción y que estas influyen en los procesos de gestión de ventas. Para cualquier región es indispensable conocer el grado de desarrollo de las pymes, abordado en el articulo 8 desde la perspectiva de desarrollo sostenible y social en el estado de Sonora. No es desconocido que para cualquier organización uno de los aspectos a atenderse es el de la Capacitación, en el Articulo 9 se contempla desde el enfoque de la disminución de la corrupción en las micro y pequeñas empresas, este artículo hace mención de empresas de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca, analizando la relación entre; capacitación, corrupción y desarrollo económico. En el Artículo 10 se abordan los resultados de experiencias sobre el desarrollo de competencias para ser emprendedores a través de incubadoras de negocios. Cerrando la presente publicación se contempla en el Artículo 11 aspectos muy importantes como son la incidencia de los recursos humanos a través de la implementación de las Tics en la competitividad de las empresas textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria, Lima.

Dra. Ana Gabriela Ramos Morales; Dra. Gabriela Duran Flores; Dr. José Antonio Aguilar Carboney; Mtro. Nasario García Álvarez.

Artículo 1. Las nuevas tecnologías como estrategia empresarial.

New technologies as a business strategy.

Ramos Morales, Ana Gabriela; Duran Flores, Gabriela; Aguilar Carboney, José Antonio; García Álvarez, Nasario.

Universidad Autónoma de Chiapas.

Resumen

Esta investigación se fundamenta en la discusión teórica de las empresas, estrategias de mercado, así como la investigación de campo del contexto empresarial en la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas con el fin de identificar su situación actual respecto al uso de las nuevas tecnologías, así como del impacto y beneficios de estas en su crecimiento empresarial, ya que, de manera natural, los empresarios se resisten al cambio por el temor de enfrentarse a estas nuevas tecnologías dejándolas de lado a pesar de esta constante globalización.

Palabras clave

Empresas, estrategias, nuevas tecnologías

Abstract

This research is based on the theoretical discussion of companies, market strategies, as well as field research of the business context in the city of Comitán de Domínguez, Chiapas in order to identify their current situation regarding the use of new technologies, as well as the impact and benefits of these on their business growth, as entrepreneurs naturally resist change for fear of confronting these new technologies, leaving them aside despite this constant globalization.

Keywords

Companies, strategies, new technologies

Introducción

Las tecnologías de la información llevan consigo nuevas formas de interacción social que influyen cada vez más en las decisiones de compra de los consumidores y, por lo tanto, en la imagen que proyectan las empresas.

Las nuevas tecnologías, específicamente el internet, se han configurado como el medio perfecto de interacción entre dos o más personas, sin importar dónde es que se encuentran físicamente, y así, en cuestión de comercio poder satisfacer las necesidades de los consumidores con tan sólo un click.

“La aparición de las nuevas Tecnologías de la información y la Comunicación –TIC- han dado lugar a transformaciones de gran calado en todos los ámbitos de la sociedad, constituyendo un elemento clave para el desarrollo económico y social de las jurisdicciones. Ya que las mismas han originado una rápida obsolescencia de los conocimientos, así como la emergencia de nuevos valores, circunstancias que provoca una vertiginosa evolución de las estructuras económicas y sociales.

Actualmente, las empresas están transformando sus cadenas de suministro y demanda, así como su organización interna para beneficiarse plenamente de las TIC’s, pues estas les permiten un mejor aprovechamiento de los recursos con menores costes, lo que se traduce en mayores beneficios para las mismas”. (Sotres, 2010, pág. 9)

El comercio electrónico se ha hecho cada vez más popular entre los ciberusuarios a nivel

mundial, alcanzando su auge en los últimos años, permitiendo compras a través de cualquier dispositivo móvil mediante el uso de aplicaciones y páginas web. Ahora es posible comprar casi de todo a través del internet y cada vez es más común comprar productos que tradicionalmente se compraban en establecimientos físicos ya que se tenía la necesidad de tocarlos y probarlos previamente, sin embargo, el comercio a través de las nuevas tecnologías ofrece comodidad, rapidez y variedad en la compra propiciando la llegada de nuevos usuarios a este canal de venta.

"La evolución dinámica de las tecnologías de la información está causando nuevas formas del pensamiento y actividades del hombre, por tanto, incide en todos los campos del conocimiento humano.

La impresa virtual es una nueva forma de organización funcional, que se describe entrono a la evolución dinámica de la tecnología y de la globalización. Su estructura organizativa se apoya en el uso de internet para ampliar sus transacciones y operaciones en el mercado del ciberespacio. En el mundo contemporáneo está proliferando y se ha transformado en una nueva organización básica de trabajo asociado de individuos y empresas que se instalan utilizando la tecnología internet". (Sotres, 2010, pág. 3)

El mercado virtual es una manera donde los clientes pueden estar más cerca de la empresa que ofrece sus productos; Hay una variedad de modos de vender productos en línea. El tipo de productos que los clientes buscan a menudo suele definir cómo hacer sus compras. Este concepto debería ser tenido en cuenta al momento de crear una tienda virtual.

Por lo anterior, es de suma importancia determinar el número de pequeñas empresas que aún no han transitado al uso de las nuevas tecnologías resaltando los beneficios e impacto de estas como estrategia empresarial y así lograr la competitividad de las empresas de la región a través del uso de la estrategia mercadológica, internet.

Revisión de la Literatura

"Desde el punto de vista instrumental, se considera la empresa desde una perspectiva integral que la estudia como una unidad donde se mezclan no solo fenómenos económicos, sino también otros subsistemas económicos-sociales más amplios. Con esta interpretación se quiere destacar el hecho de que la empresa es un sistema social, o sea, un fenómeno de la sociedad. (Gil, M. & Ginef, R, 2013, pág. 33)

El desarrollo de la actividad empresarial supone el desempeño de numerosas tareas, muchas de las cuales se han convertido en campos especializados del conocimiento. A estas áreas de trabajo especializadas también se les suele denominar "funciones empresariales".

Las funciones empresariales genéricas más importantes son las siguientes:

- La dirección de empresas: define los objetivos, los recursos y la organización de la empresa a largo, medio y corto plazo.
- La gestión económica y financiera: se encarga de los temas relacionados con la contabilidad, las finanzas y los temas fiscales.
- La comercialización: entre otras cuestiones se dedica a la investigación de mercados, la gestión de ventas y el marketing.
- La dirección de producción: que diseña el producto, el proceso para realizarlo, y

controla la calidad de los materiales y procesos utilizados.

- La dirección de recursos humanos: que se encarga, entre otras cuestiones, de seleccionar y formar al personal y de las relaciones laborales. (S.A., s.f.)

Al centrarse en la comercialización de bienes y servicios, no se puede dejar de lado a esta área funcional de gran importancia e impacto para las empresas, la mercadotecnia, que es “la satisfacción del consumidor en el momento preciso en el lugar adecuado y al precio justo”. (Sangri, 2014, pág. 2)

“La mercadotecnia ha muerto” dice el título de un artículo de agosto de 2012 publicado en el blog del Harvard Business Review como lúgubre pronóstico de aquello a lo que se enfrentan los líderes de la mercadotecnia en la actualidad. El autor, Bill Lee, explica: “La mercadotecnia tradicional – incluyendo la publicidad, las relaciones públicas, la creación de la marca y las comunicaciones corporativas – ha muerto. Muchas personas en roles y organizaciones tradicionales en mercadotecnia pueden no estar conscientes de estar operando en un paradigma fenecido. Pero así es; la evidencia es contundente”. Lee ofrece dos razones. Primera, los compradores ya no prestan atención a la comunicación mercadológica tradicional; prefieren leer la información relacionada con productos y servicios en sus propios términos, a través de búsquedas en internet o mediante la lectura de reseñas de consumidores, en especial, de sus amigos. Segunda, los CEO señalan que los directores de mercadotecnia carecen de credibilidad empresarial”. (Joe, García, & Fernández, 2014, pág. 1)

“Por supuesto, estos cambios no estarían sucediendo si no fuese por un cambio radical en la conducta de los consumidores. Las estadísticas muestran que las tecnologías digitales tocan cada aspecto de la vida humana, tanto de manera personal como profesional”. (Joe, García, & Fernández, 2014, pág. 2)

“Para poder afrontar estos cambios, es necesario implementar nuevas estrategias mercadológicas que incluya a las nuevas tecnologías, y en cuestión de comercio, transitar del tradicional que es “el intercambio de productos o servicios por una determinada cantidad de dinero, que refiero el “contacto físico” entre comprador y vendedor”; al electrónico, que es, “esencialmente, lo mismo, pero sin la necesidad de la presencia física de comprador y vendedor en el momento de la transacción, que ésta se realiza por medios electrónicos.” (Seoane, 2005)

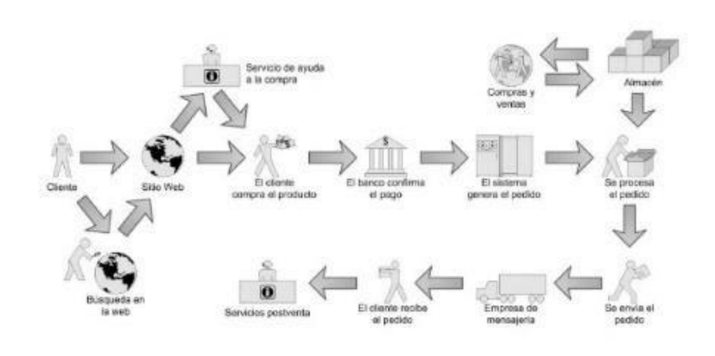


Ilustración 1. Transacción de comercio electrónico. Fuente: (Seoane, 2005, pág. 2)

“El comercio electrónico ha evolucionado de ser el simple catálogo de productos o servicios, construido a partir de una página estática, con poco mantenimiento, a convertirse en un medio de primer orden en la venta de productos y servicios, como hemos visto. El mercado se ha ido asentando, modificando, en muchos casos, el modelo de negocio, que pasa a ser un medio más para llegar al cliente en las empresas tradicionales”. (Seoane, 2005, pág. 12).

Metodología

El presente proyecto se desarrolló bajo los tipos de investigación teórica/documental dada la búsqueda y recopilación de información bibliográfica y multimedia, descriptiva y cualitativa por la aplicación del instrumento entrevista a cierto número de pequeñas empresas para conocer si hacen uso de las nuevas tecnologías aplicadas a la comercialización para el mejoramiento empresarial, mediante las siguientes fases:

1. Metodológica
2. De interpretación
3. Exposición de resultados

Población

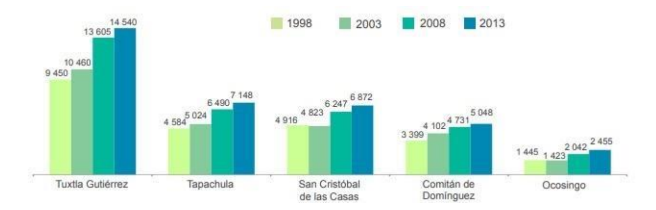


Ilustración 2. Crecimiento histórico de los municipios con mayor número de unidades. Fuente: (INEGI, 2014, pág. 68)

Comitán, hasta el 2013 contaba con 5048 unidades económica dedicadas al comercio.

El menor crecimiento en número de unidades económicas se presentó en el municipio de Comitán de Domínguez, con 6.7% de unidades entre 2008 y 2013. (INEGI, 2014)

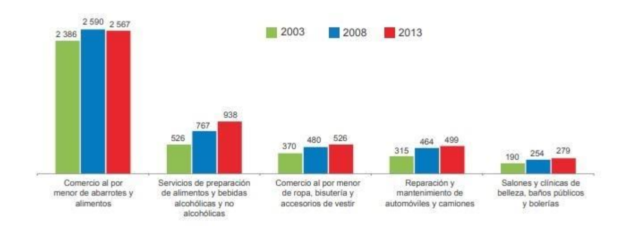


Ilustración 3. Principales ramas y variación en crecimiento de las unidades económicas Gráfica 40. Fuente: (INEGI, 2014, pág. 72)

Las principales ramas de actividad con el mayor número de unidades económicas en el municipio de Comitán de Domínguez, durante 2013, fueron: Comercio al por menor de abarrotes y alimentos; Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas; Comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir; Reparación y mantenimiento de automóviles y camiones; y Salones y clínicas de belleza, baños públicos y bolerías. (INEGI, 2014, pág. 72)

A pesar de contar con la información antes mencionada, no existe registro actualizado ni en el que se exprese el número de unidades económicas por la clasificación de tamaño de las empresas, por lo tanto, el muestreo realizado fue de carácter no probabilístico intencional u opinático, para lo cual se visitaron 260 pequeñas empresas.

Con base a la aplicación de la entrevista diseñada, la cual constaba de 5 preguntas abiertas, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Los propietarios y/o gerentes de las empresas visitadas dedicadas al comercio consideran que el mundo actual exige innovación respecto a los productos que ofrecen, así como también en la atención brindada, puesto que se vive una constante globalización que sin duda alguna ha acaparado todos los ámbitos, sin embargo, la gran mayoría de ellos comentan que no se han animado a dar el siguiente paso para hacer uso de las TIC's y así poder mejorar sus procesos en general, ya que, para ellos resulta una inversión muy arriesgada que no ofrece resultados inmediatos y dado el tamaño de la mayoría de las empresas de la localidad, no es un recurso que tengan destinado para ser gastado apresuradamente,

además que no consideran que los beneficios sean de tanta relevancia.

- Pocas son las empresas que hacen uso del internet para promocionar su empresa, las que lo hacen echan mano de la red social denominada Facebook mediante la creación de FanPages; una minoría muy marcada cuenta con página web.
- Los empresarios que han hecho uso de las TIC´s como estrategia empresarial, destacan que han podido obtener un mejor posicionamiento respecto a su competencia, puesto que han incursionado en ventas incluso fuera de la localidad, logrando con esto interactuar en un mercado virtual que les ha permitido incrementar el número de transacciones y clientes, además hacen hincapié que no requiere mayor inversión y los resultados son favorables.
- La necesidad de evolucionar resulta inminente, sin embargo, existe mucha resistencia por parte de los empresarios dados aspectos como la generación a la que pertenecen, el desconocimiento del uso de herramientas tecnológicas como la computadora, pero mayormente recalcado, el dinero, pues aseguran que no estarían dispuesto a “perder” algo que con tanto trabajo les cuesta adquirir día a día.

Discusión

El municipio de Comitán de Domínguez, Chiapas es una zona que había permanecido al margen de la globalización, sin embargo, en la actualidad se ha sumergido totalmente en esta, ocasionando que las pequeñas empresas apenas pueden sobrevivir en su mercado local; las empresas grandes de telecomunicaciones y la inminente globalización va alcanzando cada vez más a los hogares del municipio y sus alrededores.

La razón primordial de la presente investigación es determinar las razones por las que las pequeñas empresas han dejado de ser competitivas; los principales hallazgos determinan una marcada resistencia a cambiar su antigua forma de vender, no consideran que los cambios en estilos de vida determinen el grado de compra de los consumidores, además no se han dado a la tarea de identificar las principales características de los productos y servicios que ofrecen y qué necesidades cubren; sin duda, los consumidores actuales, prefieren un método más práctico y fácil para obtener el servicio o producto que satisfaga sus necesidades, es por ello que con la llegada de empresas trasnacionales estos pequeños comercios también se han visto afectados, ya que se llevan un gran número de clientes, ocasionando que las ventas de las pequeñas empresas se desplomen y en consecuencia, desaparezcan.

Es necesario implantar un sistema de ventas por internet, además de plataformas que permitan dar mayor proyección a las pequeñas empresas, la generación de un mercado virtual para cada empresa, en la cual se presenten absolutamente todos los producto y/o servicios, políticas de compra y formas diversas de venta, por ejemplo: hacer la compra desde la comodidad del hogar y solo así lograr la competitividad y el desarrollo de las pequeñas empresas y no solamente tratar de sobrevivir en el mercado. Dicho sistema ayuda principalmente para aumentar las ventas, sin embargo, tiene muchos otros beneficios como para publicidad en la red, penetración de nuevos mercados, un mejor control de inventarios.

Conclusiones

No siempre existieron los Grandes almacenes o centros comerciales, hay grandes recuerdos en los mayores que llevan a las tiendas tradicionales, que aún hoy todavía se pueden encontrar en muchos lugares. Si bien es verdad que la tecnología nos está dando la vuelta al comercio, pero los rincones antiguos todavía existen. Las tiendas del barrio eran la base de subsistencia, el trato, mucho más familiar. La tienda de zapatos, la pescadería, la carnicería, la droguería, la tienda de ropa, etc.

Comenzaron a surgir los supermercados, que también les llamaron autoservicios. No era gran cosa, pensaron muchos, pero esto alivió en gran manera a las amas de casa trabajadoras y también era una posibilidad de exponer mayor cantidad de productos. Lo que antes tenía que comprar en varias tiendas ahora se encuentra embazado y a mano. Con solo recorrer dos o tres pasillos con un pequeño carro o una cesta ya está hecha la compra, y con la ventaja de encontrarse más oferta de productos que antes.

Al principio de los 90 comenzó una nueva era, la era de internet, eso llevó a un nuevo tipo de negocio, la aparición de páginas empresariales y tiendas online. Las páginas empresariales se utilizan para la presentación de negocios, productos, marcas e imagen, con la posibilidad de exponer sus catálogos de forma estática y dinámica, y las tiendas virtuales para llevar el comercio al cliente sin tener que desplazarse. Para este tipo de mercado hacía falta, igual que en el mercado tradicional, un estudio del entorno comercial, dando lugar a lo que se denominó “comercio electrónico / e-commerce”.

Las compras y transacciones comerciales en la red van siendo cada vez más aceptadas, nos dan la posibilidad de adquirir cualquier producto en casi cualquier parte del mundo.

El concepto de Tienda Virtual representa el intento de trasladar la "operatividad" comercial habitual de un comercio tradicional hacia el Internet. Sin embargo, el cambio va a ser tan radical que ya no debe de conformarse con hablar de Comercio Electrónico sino hablar de Negocios Electrónicos “e-business”.

Aunque pueda parecer una idea demasiado evidente, no está de más distinguir la "tienda virtual" del negocio que hay detrás. Un error que se puede cometer con facilidad, sobre todo en nuevos proyectos, es confundir la construcción y explotación de la tienda virtual con el negocio. La tienda virtual no es más que el medio para hacer negocios en Internet y no un fin en sí mismo, permite a las empresas, especialmente a los pequeños productores y artesanos tener acceso a un mercado global y mantener un local abierto 24 horas diarias, 7 días a la semana, capaz de procesar órdenes en tiempo real y recibir los pagos en un cajero electrónico.

El equivalente del local físico es, hoy por hoy, un conjunto de páginas web mostradas al visitante del servidor web. Lógicamente, el local de la tienda debe estar en las mejores condiciones y eso supone elegir bien dónde ubicar el servidor web. Como en cualquier tienda, la ubicación es determinante para el éxito.

Los productos que aparecen en las páginas web de la tienda virtual se pueden presentar y gestionar de distintas formas.

La simple y gran conclusión de esta investigación es resaltar lo importante que resulta que los empresarios enfrenten sus miedos e incursionen en el uso y dominio de las nuevas tecnologías, así como las estrategias de mercado

contemporáneas como el internet, la creación de una tienda virtual y el uso de plataformas para mejor proyección que provocaran definitivamente la competitividad de las mismas, sin importar el tamaño de esta y mantenerse o morir.

Referencias

Álamo, R. (2016) La economía digital y el comercio electrónico. Editorial Dykinson. Madrid (pág. 9).

Gil, M. & Ginef, R. (2013). Como crear y hacer funcionar una empresa. (9a. ed.). Madrid: ESIC.

INEGI. (2014). Censos Económicos 2014: Chiapas. México: INEGI.

Joe, K., García, H., & Fernández, A. (2014). E-X-I-T-O su estrategia de marketing digital en 5 pasos. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.

Ochoa, B. R., Valdez, D. I., Sánchez, J., & Ochoa, I. J. (2017). Análisis comparativo del perfil financiero de Pymes ubicadas en Ciudad Obregón, Sonora y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Revista Administración y Finanzas, 11.

S.A. (s.f.). Gobierno de Canarias. Obtenido de TEMA 1. LA EMPRESA: CONCEPTO, ELEMENTOS, FUNCIONES Y CLASES.: http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/cperpad/files/2012/05/tema1empresa.pdf

Sangri, A. (2014). Introducción a la Mercadotecnia. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.

Seoane, E. (2005). La nueva era del comercio. Vigo: Ideas Propias Editorial.

Sotres, S. (1 de octubre de 2010). La empresa virtual, un nuevo esquema de negocios en la red. Revista digital universitaria 1 de octubre 2010. (R. D. Universitaria, Editor)

Artículo 2. El comportamiento de los líderes de las mypes de Acapulco.

The behavior of the leaders of the Acapulco micro and small businesses.

Romero del Campo, Aarón; Urióstegui Flores, Mayo Iatlayuatl; Nicanor Nicolás, Rita.
Universidad Tecnológica de Acapulco.

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo conocer el comportamiento de los líderes de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Acapulco, para lo cual se adaptó el cuestionario de descripción del comportamiento del líder de la Universidad de Ohio State. Para este proyecto se recogieron los datos de 450 micro y pequeñas empresas ubicadas en el municipio de Acapulco de Juárez, Guerrero. El diseño de la investigación es transversal, descriptivo, pues tiene como objetivo analizar el nivel de una o más variables en una población, asimismo el enfoque de la investigación es cuantitativo. Los resultados arrojan que no existe un factor preponderante que describa el comportamiento de los directores de las MyPes de Acapulco.

Palabras clave

Liderazgo, comportamiento, MyPes.

Abstract

This study aimed to understand the behavior of the leaders of the micro and small businesses of the city of Acapulco, for which the behavior description questionnaire of the Ohio State University leader was adapted. For this project, data was collected from 450 micro and small companies located in the municipality of Acapulco de Juárez, Guerrero. The design of the research is transversal, descriptive, as it aims to analyze the level of one or more variables in a population, also the approach of research is quantitative. The results show that there is no overriding factor describing the behaviour of the directors of the Acapulco micro and small businesses

Keywords

Leadership, behavior, micro and small businesses.

Introducción

De acuerdo a datos recopilados por INEGI, en México las pequeñas empresas representan su principal fuerza económica, según la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las MyPes, en el país existen 4 millones 48 mil 543 micros y pequeñas empresas distribuidos de la siguiente manera: manufactura 56.5%, servicios 32.4%, y comercios 11.1%. Sin embargo, estos negocios tienen un crecimiento limitado, su esperanza de vida en el estado de Guerrero es de 5.7 años, y en el municipio de Acapulco de Juárez es de 6.3 años. Los motivos que influyen en el bajo rendimiento de los micronegocios incluyen la falta de indicadores u objetivos, una planeación deficiente y la falta de educación financiera de los directores. (Romero, Urióstegui, Moyado y Nicanor 2018)

Por otro lado, desde la década de 1940 hasta la fecha el liderazgo ha sido el tema de múltiples estudios, que han revolucionado una y otra vez los conocimientos de la sociedad al respecto; las primeras investigaciones buscaban saber qué rasgos individuales de personalidad debería poseer una persona para ser líder. Por

otra parte, tiempo después los investigadores cambiaron el enfoque y comenzaron a indagar si había algo particular en la conducta de las personas que las destacara como líderes eficaces, surgiendo de esta forma las teorías conductuales del liderazgo que dieron paso a la idea de que es posible capacitar a los individuos para convertirlos en líderes. (Robbins y Judge, 2013).

Cabe destacar que la mayoría de los estudios sobre el tema se orientan a investigar los fenómenos que suceden en las grandes empresas, motivo por el cual las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen un sector con grandes necesidades de conocimientos en las áreas administrativas, específicamente lo relacionado con el liderazgo, motivo por el cual el objetivo de esta investigación es conocer el comportamiento como líderes de los directores de las Mypes en el puerto de Acapulco.

.

Revisión de la Literatura

Liderazgo

El liderazgo consiste en el proceso del desarrollo de ideas y una visión, y de vivir en congruencia con los valores que respaldan esas ideas y visión, de influir en otras personas para que los adopten en su propia conducta y puedan tomar decisiones sobre los recursos humanos y otras. El liderazgo implica lograr cosas a través de otras personas. (Hellriegel y Slocum, 2009). Así mismo consiste en guiar a un grupo e intervenir en el para que alcance sus metas. (Robbins y Coulter, 2010).

Lussier y Achua (2011) lo definen como aquel proceso de influencia entre líderes y colaboradores para alcanzar los objetivos y metas empresariales a través del cambio en el sector donde se trabaje.

Por otra parte, se define a un líder como un individuo que muestra los atributos clave del liderazgo: ideas, visión, valores, capacidad para influir en otros y para tomar decisiones difíciles; (Hellriegel y Slocum, 2009) además de poseer autoridad gerencial. (Robbins y Coulter, 2010)

Para que un gerente sea considerado efectivo debe mostrar habilidades de liderazgo y dominio de las técnicas en varias situaciones. Es una realidad que, dentro de las organizaciones, no todos los gerentes son líderes. Sin embargo, en una empresa los líderes comúnmente se identifican con títulos como gerente, directivo, supervisor, líder del equipo y entre otros. Sin importar como sean conocidos, los gerentes efectivos en las organizaciones ejercen tres funciones clave en sus roles:

- Autoridad: el derecho de tomar decisiones.
- Responsabilidad de tarea: la tarea de alcanzar una meta.
- Responsabilidad de consecuencia: aceptación del éxito o el fracaso (Hellriegel y Slocum, 2009)

Teorías del liderazgo

Los primeros estudios formales sobre el liderazgo iniciaron a principios del siglo XX, concibiendo las primeras teorías sobre el tema, estás se concentraron en el líder y en cómo el líder interactuaba con el grupo. (Robbins y Coulter, 2010)

Teoría de los rasgos

Durante las décadas de 1920 y 1930 se realizaron cientos de estudios de rasgos con el objetivo de encontrar una lista con las cualidades distintivas que representan la eficacia de un líder; se analizaron rasgos físicos, psicológicos y cualidades, como nivel de energía, apariencia, agresividad y confianza en sí mismo, persuasión y dominio, en un esfuerzo por identificar un

conjunto de rasgos comunes que poseyeran todos los líderes exitosos. La lista de rasgos se utilizaría como un requisito previo para promover a candidatos a puestos de liderazgo. (Lussier y Achua, 2011)

Teoría del comportamiento

Durante la década de los cincuenta, la investigación sobre el liderazgo cambio de la teoría de los rasgos a enfocarse en lo que el líder en realidad desempeña en el trabajo (comportamiento). Convirtiéndose en una búsqueda para encontrar el mejor estilo de liderazgo en todas las situaciones, los investigadores trataron de identificar las diferencias en el comportamiento de los líderes efectivos versus a aquellos no efectivos.

Nace así la subcategoría del comportamiento del liderazgo que se enfoca en la naturaleza del trabajo gerencial. Así, las teorías de comportamiento de liderazgo intentan explicar los estilos distintivos utilizados por líderes efectivos o definir la naturaleza de su trabajo. Centenas de estudios analizaron la relación entre el comportamiento del liderazgo y las mediciones de la efectividad del mismo. No obstante, no hubo un acuerdo en un mejor estilo de liderazgo para todas las situaciones gerenciales.

Otros investigadores identificaron dos dimensiones genéricas de comportamiento del líder: liderazgo orientado a las tareas y el orientado a las personas, ambos valiosos para representar la efectividad del liderazgo. (Lussier y Achua, 2011)

Universidad Estatal de Ohio: estructura de inicio y comportamiento de consideración

Los estudios de la Universidad de Ohio distinguieron el comportamiento del líder en dos dimensiones que llamaron estructura de inicio y consideración:

- Comportamiento de estructura de inicio. Este estilo de liderazgo prácticamente es el mismo que el centrado en el trabajo y se enfoca en ejecutar las tareas. (Lussier y Achua, 2011). También conocida como estructura inicial y se refiere al grado al que un líder definía su función y las funciones de los miembros del equipo para alcanzar las metas. Incluía comportamientos que implicaban intentos por organizar el trabajo, relaciones laborales y objetivos. Los estudios mostraron que un líder alto en estructura inicial y consideración a veces alcanzaba un alto desempeño de tareas de grupo y una elevada satisfacción entre los miembros del grupo, pero no siempre. (Robbins y Coulter, 2010)
- Comportamiento de consideración. Este estilo es el mismo, que el estilo de liderazgo centrado en el empleado; enfocándose en satisfacer las necesidades de las personas y en crear relaciones. (Lussier y Achua, 2011). Se definía como el grado al que un líder hacía que las relaciones laborales se caracterizarán por la confianza mutua y el respeto por las ideas y sentimientos de los miembros del grupo. Un líder alto en consideración ayudaba a los miembros del grupo con los problemas personales, era amistoso y accesible y trataba a todos los miembros como iguales. Mostraba interés por la comodidad, bienestar, el estatus y la satisfacción de sus seguidores. (Robbins y Coulter, 2010)

Debido a que un líder puede mostrar un alto o bajo grado en estructura de inicio o en consideración, se definieron cuatro estilos de liderazgo. El modelo de liderazgo de la Universidad Estatal de Ohio identifica cuatro

estilos de liderazgo: baja estructura y alta consideración, alta estructura y alta consideración, baja estructura y baja consideración y alta estructura y baja consideración.

Los líderes que presentan un comportamiento de alta estructura y baja consideración revelan comunicaciones de un solo sentido y las decisiones se toman por los gerentes, mientras que los líderes con una gran consideración y baja estructura se comunican en forma bidireccional y generalmente comparten la toma de decisiones. (Lussier y Achua, 2011)

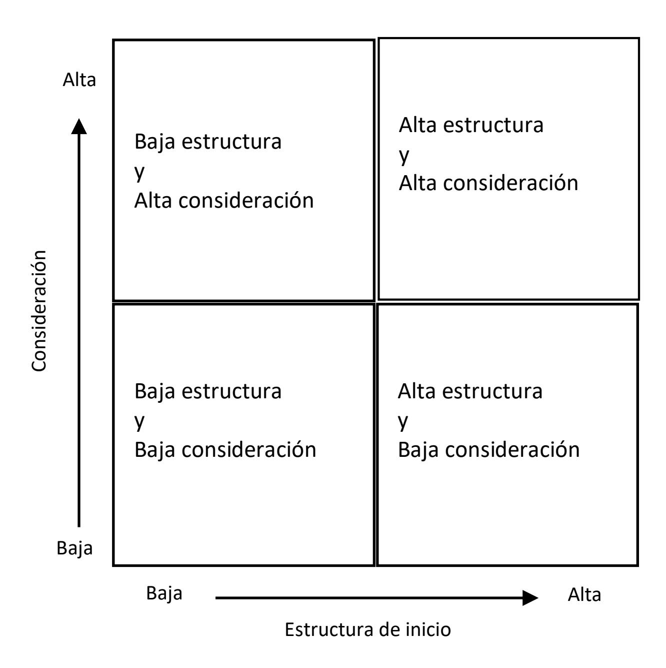


Figura 1 Modelo de liderazgo de la Universidad Estatal de Ohio: cuatro estilos de liderazgo, dos dimensiones.

Dimensiones del cuestionario de descripción del comportamiento del líder.

El Consejo de Investigación de Personal de la Universidad Estatal de Ohio, a cargo de Ralph Stogdill, inició un estudio para describir los estilos de liderazgo efectivos. Tratando de evaluar dichos estilos, estos investigadores diseñaron un instrumento conocido como cuestionario de descripción del comportamiento del líder (LBDQ, por sus siglas en inglés).

Dado que no parece razonable creer que el comportamiento de un líder pudiese ser medido en dos dimensiones surgió una nueva teoría de la diferenciación de roles y el grupo (Stogdill y Coons, 1957).

Cada dimensión se encuentra integrada de cinco a diez ítems, y es definida por cada uno de ellos, representando un patrón bastante complejo de conductas. A continuación, se presenta una breve definición de las mismas.

1. Representación. Habla y actúa como el representante del grupo. (cinco ítems)
2. Exigencias de reconciliación. Concilia demandas conflictivas y reduce el desorden en el sistema. (cinco ítems)
3. Tolerancia a la incertidumbre. Es capaz de tolerar la incertidumbre, mantenerse sin ansiedad y no sentirse mal. (diez ítems)
4. Persuasión. Usa persuasión y argumenta efectivamente, muestra fuerte convicción. (diez ítems)
5. Estructura de inicio. Define claramente su rol y deja saber a sus subordinados lo que espera de ellos. (diez ítems)
6. Tolerancia y libertad. Permite que sus subordinados tengan iniciativa, tomen decisiones y acciones. (diez ítems)
7. Asunción de rol. Practica activamente el liderazgo. (diez ítems)
8. Consideración. Considera el confort, bienestar, estado y contribuciones de sus subordinados. (diez ítems)
9. Énfasis en la producción. Utiliza la presión para lograr resultados productivos. (diez ítems)

10. Exactitud predictiva. Muestra previsión y habilidad para predecir resultados con precisión. (cinco ítems)
11. Integración. Se mantiene unido a la organización y resuelve conflictos entre sus miembros. (cinco ítems)
12. Orientación superior. Mantiene una relación cordial con superiores, tiene influencia en ellos y se esfuerza por tener un puesto más alto. (diez ítems) (Stogdill, Manual for the Leader Behavior Description Questionnaire-Form XII, 1963)

Metodología

Hipótesis

La hipótesis de investigación es la siguiente:

H_i Existe un factor preponderante que describe el comportamiento como líder de los directores de las MyPES de Acapulco.

H_0 No existe un factor preponderante que describe el comportamiento como líder de los directores de las MyPES de Acapulco.

Análisis de fiabilidad

De acuerdo a Castañeda, Cabrera, Navarro y de Vries (2010) un resultado en el análisis del alfa de Cronbach menor a 0.10 significa que el instrumento de investigación no es confiable; un resultado entre 0.10 y 0.49, el instrumento es de baja confiabilidad; un resultado entre 0.50 y 0.69, es que el instrumento es de confiabilidad moderada, y con un resultado mayor a 0.70, el instrumento de investigación es altamente confiable. En este caso, el alfa de Cronbach para el instrumento fue de 0.730; por lo anterior se puede decir que el instrumento usado en este estudio es altamente confiable.

		N	%
Casos	Válidos	450	100.0
	Excluidos[a]	0	.0
	Total	450	100.0

Tabla 1 Resumen del procesamiento de los casos

Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.730	50

Tabla 2 Análisis de fiabilidad

Instrumento de investigación

El cuestionario fue diseñado para ser contestado en papel por el empresario o director de la empresa, con la opción de que los alumnos participantes en el proyecto pudieran leerlos y rellenarlos de acuerdo a la información proporcionada por la persona entrevistada. Los alumnos fueron también los responsables de capturar los datos en el programa Excel.

El instrumento de investigación fue adaptado del originado por miembros del personal de Estudios de Liderazgo del Estado de Ohio y revisado por la Oficina de Investigación de Negocios “Descripción del comportamiento del líder” un cuestionario de auto aplicación que contiene 50 declaraciones donde el director debe decidir qué tan frecuentemente encaja en el comportamiento descrito en cada reactivo dibujando un círculo alrededor de una de las 5 letras, donde (A) equivale a Siempre, (B) Frecuentemente, (C) Ocasionalmente, (D) Raramente o (E) Nunca actúa como se describe en la oración.

Los factores a considerar son los siguientes:

1. Tolerancia a la incertidumbre: es capaz de tolerar la incertidumbre y el aplazamiento sin ansiedad o molestia. (10 reactivos)
2. Persuasión: utiliza la persuasión y el argumento de manera efectiva; Exhibe fuertes convicciones. (10 reactivos)
3. Tolerancia y libertad: permite a los seguidores la oportunidad de iniciativa, decisión y acción. (10 reactivos)
4. Énfasis en la producción: aplica presión para obtener un resultado productivo. (10 reactivos)
5. Precisión predictiva: muestra previsión y capacidad para predecir el resultado con precisión. (5 reactivos)
6. Reconciliación de la demanda: reconcilia las demandas conflictivas y reduce el desorden al sistema. (5 reactivos)

La clave para calificar las respuestas se ve en la tabla 3:

Factor	Ítems									
1. Tolerancia a la incertidumbre	1	6 *	10	15	19 *	25	31 *	36	41	47 *
2. Persuasión	2	7	11	16	20	26 *	32	37	42	48
3. Tolerancia y libertad	3	8	12	17	21	27	33 *	38	43	49
4. Énfasis en la producción	4	9	13	18	22	28	34 *	39	44 *	50
5. Precisión predictiva	5	14	23	29	45					
6. Reconciliación de la demanda	24	30	35 *	40	46 *					

Tabla 3 Clave para calificar instrumento

*Los elementos destacados se puntúan A = 1, B = 2, C = 3, D = 4, E = 5.
Todos los demás elementos se puntúan A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, E = 1.

Las puntuaciones se llevan en una hoja de registro de Excel por cada factor. Al transferir los puntajes de los ítems del cuestionario a la hoja de registro es posible obtener una puntuación precisa para cada factor. Una vez obtenidos los totales por cada encuesta, se determinan aquellos factores de mayor relevancia que describen el comportamiento de los líderes.

Descripción de la población

La población tomada en cuenta para esta investigación cumple con los siguientes rasgos:

- La persona debe ser director (a) de una MyPE.
- El director (a) es la persona que toma la mayoría de las decisiones.
- Una MyPE es una organización o negocio con fines de lucro de mínimo 2 personas y máximo 50, no requiere estar registrada ante el gobierno y debe estar ubicada en el municipio de Acapulco de Juárez.

Muestra

La investigación se efectuó sobre una muestra estadísticamente representativa, con un porcentaje estimado (proporciones) del 50%, con un nivel deseado de confianza del 95%, obteniendo un tamaño de muestra de 384, y en nuestro estudio planteamos una muestra de 450 micro y pequeñas empresas del municipio de Acapulco de Juárez, Guerrero.

Siguiendo la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra para la población infinita o desconocida (Bolaños Rodríguez, 2012) tenemos:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^{2} * p * q}{i^{2}}$$

Donde:

n: tamaño muestral

Z: valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z\alpha = 0.05 = 1.96$ y $Z\alpha = 0.01 = 2.58$

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse (p =0.5), que hace mayor el tamaño muestral

q: 1 – p (si p = 50 %, q = 50 %)

i: error que se prevé cometer si es del 5 %, i = 0.05

Los datos considerados para la fórmula son:

$Z\alpha = 0.05 = 1.96$

$P = 50\% = 0.5$

$q = 50\% = 0.5$

$i = 5\% = 0.05$

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

Para la recopilación de la información se realizó un muestreo por conveniencia en el que fueron capacitados 120 alumnos tanto en la aplicación del cuestionario como en la captura del mismo en una base de datos en excel. La información fue recabada del 11 de febrero al 8 de marzo de 2019.

Diseño del estudio

El diseño de la investigación es transversal, ya que la recolección de datos se dio en un solo momento y en un único tiempo; además es descriptivo, pues tiene como objetivo analizar el nivel de una o más variables en una población, en el caso del presente estudio es conocer el comportamiento de los líderes de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Acapulco. El enfoque de la investigación es cuantitativo ya que por medio de la recolección de datos se pretende probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

Resultados

Las puntuaciones registradas en la hoja de control en Excel se presentan en la tabla 4:

Factores	Ítems									
1. Tolerancia a la incertidumbre	1	6	10	15	19	25	31	36	41	47
Puntaje promedio	4.16	2.60	3.53	3.49	2.47	3.63	2.87	3.81	3.84	2.47
2. Persuasión	2	7	11	16	20	26	32	37	42	48
Puntaje promedio	2.06	3.93	4.05	3.74	3.90	2.55	3.48	3.90	3.88	3.87
3. Tolerancia y libertad	3	8	12	17	21	27	33	38	43	49
Puntaje promedio	2.06	3.73	4.04	3.54	3.84	3.57	2.98	3.92	3.92	3.64
4. Énfasis en la producción	4	9	13	18	22	28	34	39	44	50
Puntaje promedio	2.78	2.97	3.97	3.87	3.62	3.56	2.44	4.07	2.36	3.91
5. Precisión predictiva	5	14	23	29	45					
Puntaje promedio	1.91	3.58	3.66	3.41	3.56					
6. Reconciliación de la demanda	24	30	35	40	46					
Puntaje promedio	3.94	3.17	3.09	4.01	2.80					

Tabla 4 Puntuaciones promedio de los factores

Una vez sumados los puntajes, los resultados finales se pueden observar en la tabla 5:

Factores	Puntajes		
1. Tolerancia a la incertidumbre	Total	Obtenido	%
	50	32.86	65.72%
2. Persuasión	Total	Obtenido	%
	50	35.36	70.72%
3. Tolerancia y libertad	Total	Obtenido	%
	50	35.25	70.50%
4. Énfasis en la producción	Total	Obtenido	%
	50	33.55	67.10%
5. Precisión predictiva	Total	Obtenido	%
	25	16.12	64.48%
	Puntajes		
6. Reconciliación de la demanda	Total	Obtenido	%
	25	17.00	68.01%

Tabla 5 Puntuaciones totales de los factores

De acuerdo a estos resultados, se puede decir que existen dos factores que describen mayormente el comportamiento del líder, uno de ellos es la Persuasión con un 70.72% del puntaje asignado a dicho factor, lo cual significa que el líder usa la persuasión y el argumento de manera efectiva para convencer a sus subordinados; el otro factor con mayor frecuencia es el de Tolerancia y libertad con un 70.50% lo que implica

que el líder permite a los seguidores tener iniciativa, decisión y acción propia.

Cabe destacar que las puntuaciones obtenidas por los demás factores no se encuentran muy lejos de los dos primeros y ninguno fue menor al 50%, lo que pudiera demostrar que los directores de las Mypes de Acapulco, tienen además un alto grado de Reconciliación (a las demandas conflictivas reduciendo el desorden al sistema), sostienen el Énfasis en la producción (presiona para obtener un resultado productivo), pero también tienen la capacidad de Tolerancia a la incertidumbre (sin ansiedad o molestia) y muestran Precisión predictiva (capacidad para predecir el resultado con precisión).
Por lo anterior se puede decir que:

- H_0 No existe un factor preponderante que describe el comportamiento como líder de los directores de las MyPES de Acapulco.

Discusión

Investigaciones que se han realizado con anterioridad en relación a las Mypes en otros países han mostrado que las habilidades gerenciales y el conocimiento empresarial son aspectos relevantes en la supervivencia de las pequeñas organizaciones (Man, Lau, y Chan, 2002; Papulová y Mokroš, 2007; Bekele y Worku, 2008) y el liderazgo cae dentro de las habilidades gerenciales con las que debe contar el director de una Mype como un comportamiento a seguir.

Por otro lado, en México, el estudio “El liderazgo de los gerentes de las Mypes en Tamaulipas México” encontró como resultado que el gerente de las Pymes generalmente conoce el liderazgo (97%) y establece el rumbo empresarial (93%) (Robles, de la Garza y Medina, 2008). De ahí la relevancia de saber cuál es el comportamiento que le permita al gerente liderar adecuadamente al negocio.

La Red de Estudios Latinoamericanos de Administración y Negocios (Relayn) al aplicar un análisis sistémico, encontró que el liderazgo de los empresarios acapulqueños no era un factor de cierre para las Mypes de Acapulco. (Peña, Aguilar y Posada, 2017).

En una investigación previa hecha también en Acapulco, se pudo encontrar que el “líder de equipo” es el estilo de liderazgo preponderante en los directores de las MyPES de Acapulco, tomando como referencia el modelo de la rejilla del liderazgo, de Blake y Mouton. (Romero, Urióstegui, Moyado y Nicanor, 2018).

La presente investigación amplía el un poco más el conocimiento sobre el liderazgo del director de la Mype acapulqueña al evaluar cuál es su comportamiento como tal, que pueda influir de manera relevante en el rumbo de la empresa.

Conclusiones

- Se determinó con un puntaje de 65.72% que los directivos tienen la capacidad de tolerar la incertidumbre y la ansiedad.
- Con un puntaje de 70.72 % se establece que los directivos de las Mypes son persuasivos y muestran fuerte convicción respecto del negocio.
- La tolerancia y libertad es una conducta preponderante en el comportamiento del directivo Acapulqueño al haber obtenido un puntaje del 70.50%
- Con respecto a los resultados obtenidos de los test aplicados se establece que los directores de las Mypes dan énfasis a la producción con un 67.10%

- La precisión predictiva obtuvo el menor puntaje 64.48% por lo que se intuye que no es una conducta destacable en los administradores de las Mypes.
- La reconciliación de la demanda con una evaluación del 68.01% es una conducta frecuente en el director de las Mypes ubicadas en el puerto.

Por lo anterior, se puede concluir que no existe un factor preponderante que describe el comportamiento como líder de los directores de las MyPES de Acapulco.
De acuerdo a los resultados, también se puede concluir que el líder acapulqueño busca cubrir con todos los factores propuestos, es decir se ocupa tanto de las personas como de la producción.

Referencias

Álvarez, M. A., Contreras, F. H., & Covarrubias, C. Z. (2014). *La Administración Estratégica.* Durango: Universidad Autonoma de Tamaulipas.

Bekele, E., & Worku, Z. (2008). Factors that affect the long-term survival of micro, small and medium enterprises in Ethiopia. *South African Journal of Economics*, 548-568.

Bolaños Rodríguez, E. (7 de Marzo de 2012). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.* Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf

Castañeda, M. B., Cabrera, A. F., Navarro, Y., & de Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS.* Porto Alegre: EDIPUCRS.

Castro, C. (28 de Marzo de 2019). *El Sol de Acapulco*. Obtenido de https://www.elsoldeacapulco.com.mx/local/continua-el-cierre-de-negocios-en-la-zona-suburbana-acapulco-guerrero-violencia-comercios-inseguridad-3246733.html

Hellfiegel, D., & Slocum, J. W. (2009). *Comportamiento Organizacional.* México, D.F.: Cengage Learning.

Hernández, E. (9 de Septiembre de 2018). *El Sol de Acapulco*. Obtenido de https://www.elsoldeacapulco.com.mx/local/inseguridad-cierra-mas-de-2-mil-negocios-1981876.html

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación.* México: McGraw Hill.

Lussier, R., & Achua, C. (2011). *Liderazgo, Teoria, Aplicación y Desarrollo de Habilidades. Cuarta Edicion.* México D.F.: CENGAGE Learning.

Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises. *Journal of Business Venturing*, 123-142.

Papulová, Z., & Mokroš, M. (2007). Importance of managerial skills and knowledge in management for small entrepreneurs. *E-Leader, Prague*, 1-8.

Peña, N. B., Aguilar, O. C., & Posada, R. (2017). *Factores que determinan el cierre de la micro y pequeña empresa, un análisis comparativo entre empresas activas e inactivas.* México: Pearson Educación de México.

Perez, J., & Nogueda, J. (2009). *Gestión y Promocion del Desarrollo Local.* Valencia: Publlications de la Universitat de Valencia.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Administración.* México: Pearson.

Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional.* México: Pearson Educación.

Robles Francia, V. H., de la Garza Ramos, M. I., & Medina Quintero, J. M. (2008). El liderazgo de los gerentes de las pymes de tamaulipas, México, mediante el inventario de lasprácticas de liderazgo. *Cuadernos de Administración*, 293-310.

Romero del Campo, A., Urióstegui Flores, M. I., Moyado Bahena, F. J., & Nicanor Nicolás, R. (2018). Capitulo 22. El estilo de liderazgo de los directores de las MyPES en Acapulco. En O. C. Aguilar Rascón, R. Posada Velázquez, & N. B. Peña Ahumada, *Administración y Negocios Latinoamerica 2018* (págs. 251-261). Querétaro, México: iQuuatro Editores.

Sanchez Reina, D. (2017). *El Mentor. Guía de mentoring para la gestión y el liderazgo empresarial.* Córdoba: Almazura.

Silva Rodríguez de San Miguel, J. A. (2018). *La Gestión y el Desarrollo Orgaizacional: Marco para mejorar el desempeño.* Área de Innovacion y Desarrollo. S.L.

Stogdill, R. M. (1963). *Manual for the Leader Behavior Description Questionnaire-Form XII.* Ohio: The Ohio State University.

Stogdill, R. M., & Coons, A. E. (1957). Leader Behavior: Its Description and Measurement. *Columbus: The Ohio State University, Bureau of Business Research Monograph No. 88*.

Tracy, B. (2015). *Liderazgo.* Nueva York: Grupo Nelson.

Virkus, S. (2009). *tlu*. Obtenido de https://www.tlu.ee/~sirvir/IKM/Leadership%20Models/ohio_state_university_study.html

Artículo 3. La edad como factor en el alto nivel de implementación de las tic's en las mype´s de Cuernavaca

The age as a factor in the high level of implementation of ict's in the micro and small businesses of Cuernavaca.

Campos Madrigal, Ana; Franco Aguilar, Norma; Puig Brito, Jessica; Gutiérrez García, Amparo.
Universidad Tecnológica Emiliano Zapata del Estado de Morelos.

Resumen

En el mundo globalizado en el que vivimos, nos exige utilizar las herramientas tecnológicas que nos permita simplificar nuestro trabajo y a la vez estar comunicados con nuestros clientes, la presente investigación expresa un análisis sistémico que nos da como resultado, aspectos importantes de cómo interfieren las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC´S) en la supervivencia de las micro y pequeñas empresas, tales como: la edad, uso de la tecnología, compras por internet, habilidades para uso de las redes sociales. Es decir, es un análisis completo que se ve reflejado en el municipio de Cuernavaca del estado de Morelos, y su finalidad es de prestar atención al resultado de sus diferentes variables, el comportamiento y la capacidad que tienen los dueños de las mypes en la identificación y atención de sus propias necesidades. Además, sin considerar lo empírico, el desarrollo de sus habilidades que contribuyen de manera auténtica y positiva al éxito de sus negocios y a la aceptación en el mercado.

Palabras clave

TIC´S, pequeñas y medianas empresas, edad

Abstract

In the globalized world in which we live, it requires us to use the technological tools that allow us to simplify our work and at the same time be communicated with our customers, this research expresses a systemic analysis that results, important aspects of how Information and Communication Technologies (ICTs) interfere with the survival of micro and small businesses, such as: age, use of technology, internet shopping, social media skills. That is, it is a complete analysis that is reflected in the municipality of Cuernavaca of the state of Morelos, and its purpose is to pay attention to the result of its different variables, the behavior and capacity that the owners of the mypes have in the identification and attention to their own needs. In addition, without regard to the empirical, the development of their skills that contribute in a genuine and positive way to the success of their businesses and to the acceptance in the market.

Keywords

ICT'S, small and medium-sized enterprises, age

Introducción

Actualmente todos los avances científicos y tecnológicos con los que contamos están influyendo en todos los sectores de la sociedad, en especial las mypes requieren de un instrumento para seguir en la supervivencia, no solo para lo administrativo, si no para llegar a todos los clientes que cada vez más exigen la utilización de esta herramienta. En la actualidad es poco probable encontrar algún ámbito que no

requiera al menos el conocimiento mínimo del uso de esta herramienta enfocadas a las TIC´S.

Las TIC, se afirma pueden contribuir a tener avances significativos en muchos sectores, sin embargo, la evaluación y adopción de las mismas planteará diferentes desafíos, ya que requieren nuevas habilidades y destrezas, por los que todos los actores de estos espacios tendrán en algún momento que capacitarse en su uso, con todo lo que esto implica Guzmán (2015).

Los datos que presenta el INEGI (2017), para el estado de Morelos, muestran que el 48.6 % de la población tiene computadora y el 54.6% cuenta con conexión a internet, en comparación, a nivel nacional el, 32.6 % de la población tienen computadora y el 32.1% cuenta con conexión a internet. Sin embargo, se desconoce en qué medida las empresas micro y pequeñas tienen acceso y usan estas herramientas.

Revisión de la Literatura.

Micro y pequeñas empresas Según Lefort (2003: 211), la empresa es “un conjunto de inversiones más o menos específicas en capital físico, capital humano, trabajo, relaciones con proveedores, preferencias de los clientes, etc.”, que tienen como objetivo común satisfacer una necesidad del mercado a cambio de una ganancia. Nuestro estudio lo acotamos a la micro y pequeña empresa que son aquellas que cuentan con entre 2 y 50 trabajadores. De acuerdo con esta definición, la empresa puede ser considerada un sistema abierto delimitado por aquellas funciones laborales y procesos bajo el control exclusivo de uno o varios propietarios. Cada función o proceso de la empresa sería uno de los elementos del sistema que sólo tienen sentido en su relación con los demás. Para nuestro estudio consideramos las funciones de dirección, mercadeo, finanzas, producción e innovación.
Las entradas del sistema también deben ser delimitadas. Generalmente se agrupan en las categorías de insumos materiales, de información y de energía (Kast y Rosenzweig, 1981). Para este estudio se consideró que, dado que la energía de los sistemas humanos es proporcionada por las personas, el criterio de selección de los recursos humanos aborda el insumo en cuestión. Las salidas del sistema son los productos o servicios que provee la empresa, los recursos financieros que produce y de una manera más amplia todas sus interacciones con su entorno (Posada, Aguilar, Peña, 2016).

Rodríguez mencionó que: Las micro y pequeñas empresas son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial con el objetivo de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización bienes o prestación de servicios. De igual manera la importancia de la micro y pequeña empresa radica entre otros factores, en su capacidad para generar empleos, en su flexibilidad para aumentar la oferta de satisfactores y en su habilidad para adaptarse a distintas regiones (Rodríguez, 2005) .

Rodríguez (Rodríguez, 2005) menciona que: El sector de la industria micro y pequeña empresa representa una parte importante en el desarrollo y crecimiento del país, existe un dato muy relevante ya que en 1986 había 111,800 empresas industriales en la república mexicana, de las cuales 98% eran micro pequeñas y medianas empresas, responsables de 51% de los empleados en el sector industrial.

Metodología

El presente estudio se abordó desde un enfoque cuantitativo, Se aplicaron 550 encuestas a empresarios donde se les pregunto las habilidades para manejar las TIC en sus diferentes modalidades en el municipio de Cuernavaca, se validaron el total de encuestas realizadas por 85 estudiantes de la Universidad.

El presente capítulo forma parte de los resultados de la investigación realizada en la Red Latinoamericana de Administración y Negocios (RELAyN), el cual fue abordado a partir del método cuantitativo transversal. La aplicación del instrumento se realizó durante el mes de febrero; la capturada de datos se realizó en una plataforma en línea por los mismos encuestadores. La verificación para validar los datos en las encuestas en papel y su captura se realizó por los docentes investigadores que coordinaron la actividad.

A fin de dar sentido al origen de los datos, a continuación, se presenta el diseño metodológico empleado en la investigación, que constó de tres fases, que interactúan entre ellas.

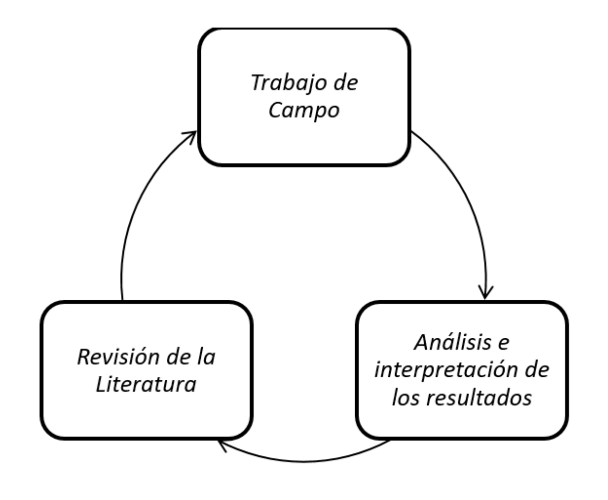


Figura 1: Diagrama del proceso metodológico
Fuente: Elaboración Propia

Revisión de la Literatura: tanto de material teórico como empírico, con el propósito de orientar la construcción teórica del fenómeno a investigar, con la finalidad de abordarlo desde un punto de vista diferente y realizar un aporte al marco teórico existente (Márquez et al., 2012).

Resultados

De acuerdo a esta investigación los factores que influyen en la utilización de las TIC en la mypes están relacionados con el quehacer diario de la empresa y de las personas que laboran en esta por tanto son: a) Uso de computadoras b) edad c) manejo de redes sociales d) compras por internet y la edad de los responsables de las empresas, de acuerdo a las encuestas aplicadas esto son los resultados.

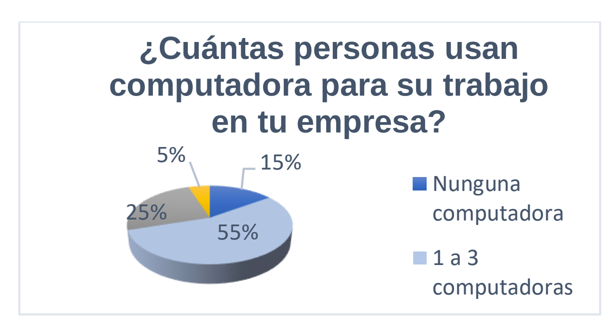


Figura 1

En esta gráfica demuestra que el 55 % de las pymes tiene acceso a las tecnologías de la información, esto es un dato importante ya que se puede partir de aquí para poder impulsar a las MYPES en el municipio de Cuernavaca a que se usen de manera eficiente y eficaz.

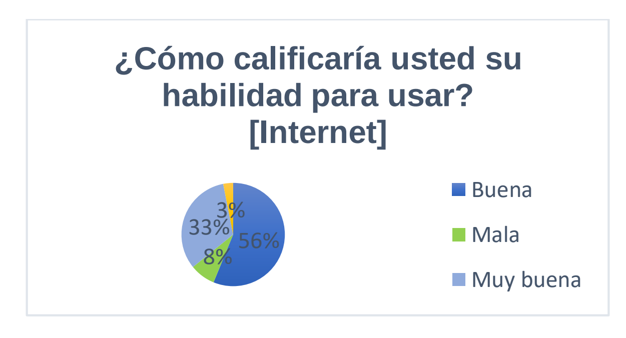


Figura 2

La gráfica muestra claramente que la mayoría de gente considera su habilidad para utilizar el

internet es muy buena con un 56% a diferencia del 3 % que dice que su habilidad es mala.

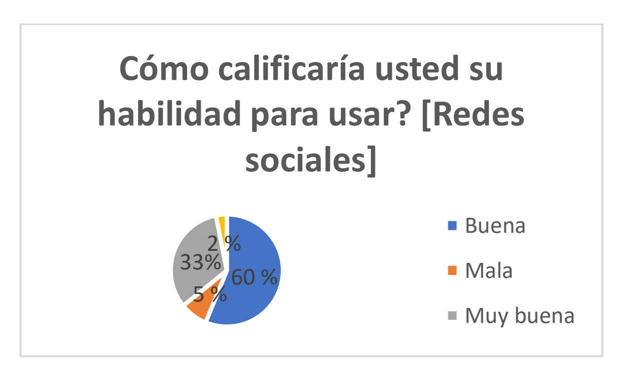


Figura 3

60% de los empresarios califica la habilidad en redes sociales lo que hace que más del 50% de las MYPES las usen y lo importante es ayudar a que las utilicen de la manera más adecuada en beneficio de su empresa.



Figura 4

En esta gráfica demuestra que el 30 % de las personas que administra un negocio está entre 31 y 40 años, con este dato nos damos cuenta que en realidad la gente mayor no es la que tienen la responsabilidad de la administración como se piensa.

Conclusion

De acuerdos a los resultados obtenidos de la investigación realizada, las Mype´s, pocas veces acceden a la capacitación para el uso de las TIC. Sin embargo, el uso de la tecnología en personas jóvenes es más común, ya que no necesitan de capacitación para utilizarla, el medio en que se desenvuelven los obliga a llevarla de manera habitual. Como lo vemos en los resultados, en el municipio de Cuernavaca, los administradores de las mypes, son en un rango de edad entre los 30 y 40 años, lo que ayuda a que su implementación en el negocio sea más rápida y con mejores resultados, donde tienen dominio por la computadora, manejo del internet y el uso de redes sociales. Resulta relevante poner especial atención en estos factores, para lograr potencializar el uso de la tecnología y apoyar con diferentes estrategias el desarrollo de nuevos productos, logrando mayor competitividad en el mercado. En la actualidad el uso de redes sociales es fundamental para toda organización, porque los clientes se manejan a través de este medio; Realizar este tipo de investigaciones permite detectar de manera eficiente y oportuna las necesidades que presentan actualmente los dueños de Mype´s, de tal manera que con estos resultados se puedan atender las áreas de oportunidad que contribuyan a potencializar su negocio. En conclusión, la dinámica y permanencia de empresas con la naturaleza de las Mype´s, debe responder de manera efectiva para su permanencia en los mercados.

Referencias

Guzmán, Marcela (2015). Tecnologías de la Información y Comunicación, Tlaxcala, México: Amapsi.

Márquez, J., Wences, M., Haces, G., Amado, B. y Montiel H. (2012). Impacto de la gestión de los procesos colaborativos utilizando las TIC en empresa de manufactura. International Review of Business Research Papers, 3(3), 5-25.

Posada, R., Aguilar, O. & Peña N. (2016). Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México. Ciudad de México: Pearson Education.

Aguilar, Oscar; Posada Rafael; Peña, Nuria, El estrés y su impacto en la productividad, México. Pearson

Rodríguez, J. (2005). Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa (5 ª ed.). Ciudad de México: Editorial Cengage Learning.

Instituto Nacional de Estadística y geografía (INEGI) (2018).

Artículo 4. Conocimientos y hábitos de inversiones en criptomonedas: Comparación entre Generación X y Generación Y

Knowledge and investment habits in cryptocurrencies: Comparison between Generation X and Generation Y.

Catache Mendoza, Maria Del Carmen; González Trejo, Samuel Elí; Pedroza Cantú, Gloria.
Universidad Autónoma de Nuevo León.

Resumen

La pérdida del valor adquisitivo del dinero tradicional ha propiciado que las criptomonedas sean consideradas como una nueva alternativa de inversión. Esta investigación mide las diferencias entre dos generaciones (X y Y) en cuanto a conocimiento sobre criptomonedas y hábitos de inversión. Se aplicó un instrumento a 200 personas de ambas generaciones que laboran en diversas empresas del estado de Nuevo León mostrando que un 35% de la Generación X y el 31% de la Generación Y, no tienen la costumbre de invertir. En conclusión, se presenta un desconocimiento de inversión en criptomonedas además de considerarla riesgosa.

Palabras clave

Criptomonedas, Generación X, Generación Y, inversión.

Abstract

The loss of purchasing value of traditional money has made cryptocurrencies to be considered a new investment option. This study investigates the differences between X & Y Generations in regard to cryptocurrency knowledge, investment habits and disposition to invest in cryptocurrencies. A measurement instrument was applied to 200 individuals that work in different firms in the State of Nuevo Leon and the results show that 35% of Generation X and 31% of Generation Y do not use to invest. In conclusion, there is ignorance in relation to cryptocurrency investment and it is also considered risky.

Keywords

Cryptocurrencies, Generation X, Generation Y, investment.

Introducción

Ante la continua evolución de la economía, el dinero virtual representa un medio de pago descentralizado y una oportunidad para enfrentar la dependencia del dinero en efectivo. Esto podría modificar las usanzas de los consumidores y con ello al sector financiero (Ordinas, 2017). Llevar a cabo transacciones en el mercado de dinero tradicional representa para los usuarios altos costos, por este motivo además de otros, surgen las monedas digitales también llamadas criptomonedas. En las operaciones comerciales con criptomonedas se eliminan costos de transacción al realizarse de manera directa de usuario a usuario (Pineda, Pastrana, & Ostos, 2018) por lo que se vuelve una opción atractiva de inversión.

Con el desarrollo de plataformas digitales y el crecimiento de las transacciones virtuales surgen conceptos como moneda digital, lo que da lugar al uso de la criptomoneda como medio de intercambio sustentada en la tecnología denominada blockchain (Flores & Villegas, 2019) y que como alternativa de inversión es muy

capitalizable en el corto plazo mostrándose como un modelo de expectativa para los inversionistas que esperan obtener rentabilidad (Caro & Obando, 2017).

La Generación Y desarrolla proyectos de mediano y largo plazo haciendo uso de la tecnología en casi todo momento, inclusive cuando utilizan servicios financieros lo hacen de manera digital en su mayoría (Finerio, 2017) mientras que, en comparación la Generación X lleva a cabo inversiones de manera más tradicional.

No obstante que en México las plataformas digitales y las empresas que ofrecen tecnologías digitales y servicios financieros (FinTech) han presentado un gran incremento en años recientes, es una industria que genera incertidumbre a los inversionistas puesto que no ha sido regulada hasta la fecha, dificultando la recaudación de capital (Cortés, 2017).

El objetivo de este estudio es determinar las diferencias que existen entre la Generación X y la Generación Y en cuanto el conocimiento sobre criptomonedas y los hábitos de inversión.

Revisión literatura

El concepto de criptomoneda lo detalló por vez primera Wei Dai, quien formuló la idea de instaurar un nuevo tipo de moneda no controlada por los gobiernos y que utilizaría la criptografía como medio de control. De esta manera surgió en 2009 la primera criptomoneda llamada Bitcoin, subsiguientemente emergieron más criptomonedas, como Litecoin, Namecoin y Freicoin (Sánchez & Terán, 2017).

No se puede pensar en la economía actual sin un instrumento que sea usado como medio de pago, de intercambio o reserva de valor. Esta unidad de cuenta proporciona poder y control a los gobiernos y Estados; por esta causa no es simple sino más bien un desafío, la introducción de una moneda virtual (Pallares, 2014).

En una encuesta realizada a nivel mundial sobre el nivel de conocimiento en el tema criptomonedas una gran mayoría manifiesta saber que existen las criptomonedas, más cuando se trata no solo de conocer sino entender, hay una disminución considerable en la cifra (Jakubauskas, 2018).

Entre las criptomonedas existentes, el Bitcoin es la más identificada, seguida de Ether/Ethereum, esto considerando que al menos han escuchado hablar de ellas empero no han realizado ninguna operación comercial con esta moneda digital (Ballard, 2018).

Por haber nacido en la era digital, se espera que los jóvenes universitarios pertenecientes a la Generación Y, sean más proclives a utilizar plataformas digitales y aplicaciones informáticas que automatizan procesos y actividades, no obstante, cuando se trata del manejo de las finanzas, no puede darse por hecho que suceda los mismo debido al riesgo que conllevan (Ramos, Flores, & Zeballos, 2017) mientras que por su parte la Generación X, manifiesta una menor aceptación en el presente, por lo que vislumbra será en unos diez años cuando las criptomonedas funcionarían como medio de transacción legal (González, 2018).

En términos de inversión, la mayoría de las personas no tienen el hábito de invertir por miedo a correr riesgos, otro factor es el desconocimiento sobre el tema y el no contar con los recursos necesarios, las experiencias ya sean propias o ajenas son un factor clave al tomar la decisión de realizar una nueva inversión (Torres, 2016). Conforme la economía se transforma, se crea la necesidad de conservar el poder adquisitivo del dinero además de obtener un

rendimiento, por lo que una de las alternativas es invertir con miras a poner a trabajar los recursos ahorrados (Hernández, 2013).

Una inversión hace posible el crecimiento del dinero, pero también es probable que en el futuro inmediato el rendimiento sea bajo, es decir, pude presentar volatilidad. Esta es una causa de que quien dispone de dinero para invertir no lo hace, por temor a poner en riesgo su capital, por ello en México sólo el 1% de la población tiene una inversión en una institución formal. Aunque el riesgo se presenta cuando todo el patrimonio se invierte en un solo activo, razón por la cual se debe diversificar la inversión, con la finalidad de disminuir la probabilidad de perder los recursos (Guerrero, 2017).

Al momento de realizar una inversión hay que considerar el perfil del inversionista, esto es, una mayor o menor aversión al riesgo. Por lo que se debe pensar en tres variables: grado de riesgo, uso del instrumento y el tiempo de espera para retornar la inversión. Hay que tener en cuenta la diversidad de instrumentos existentes para invertir. Las criptomonedas son tendencia y se convierte en un mercado atractivo, sobre todo para personas sin conocimientos financieros; sin embargo, no hay que olvidar que estos instrumentos no cuentan con el respaldo de un banco central, son más bien un instrumento de especulación (Solís, 2018).

En México sólo el 20% invierte, de este porcentaje la mayoría (71%) se inclina por instrumentos en efectivo mientras que el 33% por poseer bienes inmobiliarios; los que no invierten aluden a razones tales como no tener el capital suficiente, miedo a perder el capital, dificultad para entender la información sobre inversiones y el alto costo de la vida que lleva a pensar primero en cubrir las necesidades a corto plazo (Blackrock, 2019).

La cada vez mayor demanda de criptomonedas como instrumento de inversión ha propiciado el incremento de su valor, y con ello la conquista de más inversionistas; la causa de esta alza es el mecanismo especulativo que presentan aunado a lo restringida que es el ingreso de criptomonedas al sistema, lo que las convierte en un instrumento de inversión muy atractivo. No obstante, y a pesar de este incremento en la demanda, no hay que subestimar la alta volatilidad que caracteriza a estos instrumentos que, así como proporciona grandes oportunidades de inversión, el riesgo que exhiben se incrementa de la misma manera (Capitaria, 2018).

Invertir en criptomonedas representa mucho riesgo puesto que este mercado digital revela inconvenientes: el anonimato de la criptomoneda la hace proclive para acciones delictivas, poca estabilidad en su cotización puesto que son monedas muy volátiles, no en todos los países son aceptadas y en aquellos que sí, pocos establecimientos las aceptan como medio de pago (Chamorro, 2018) así mismo la encriptación permea encubrir el origen del dinero, lo que para quienes llevan a cabo negocios ilícitos, lo exhibe muy atractivo (Gutiérrez, 2019).

Los jóvenes de la Generación Y son quienes emplean las criptomonedas en mayor medida, contabilizando a nivel mundial unos 4 millones de usuarios. Además de usarla como instrumento de inversión, por su volatilidad la usan como medio de especulación y más aún como herramienta para proteger su patrimonio del incremento de la inflación (Pallares, 2014). Debido a su interés por la tecnología, este grupo adopta más fácilmente las inversiones vía criptomonedas y por los tanto están dispuestos a llevar a cabo operaciones comerciales con criptomonedas en lugar de dinero tradicional (González, 2018). Aunque las

personas de la Generación Y piensan en invertir en criptomonedas, lo hacen en menor proporción que aquellas que pertenecen a la Generación X. Ambas generaciones coinciden que al paso del tiempo el nivel de aceptación de la criptomoneda irá en aumento (Romero, 2018).

Le edad es un factor que afecta nuestro comportamiento y decisiones. En simples acciones como estar informado, si bien jóvenes y adultos emplean medios digitales, los medios tradicionales impresos serán más buscados por los mayores. A medida que vamos envejeciendo, nuestras prioridades, costumbres y estilo de vida se van transformando (Nielsen, 2015).

La teoría de las generaciones de Howe y Strauss (2009) designa Generación Y a los nacidos entre 1980 y 2000, son personas saturadas de actividades, tienden a ser optimistas y colaboradores. Con referencia a los nacidos entre mediados de 1960 a 1980, los denomina Generación X quienes se adaptan fácilmente a los cambios, desarrollan buenas relaciones interpersonales y laborales, independientes y realistas.

La mayor característica de la Generación Y es la tecnología la cual es parte de su día a día, es su fuente de conocimientos, se enfocan en las transacciones financieras y pagos digitales, buscan la innovación y prefieren la comodidad que la estabilidad (Finerio, 2017). Por otra parte, la Generación X se caracteriza por el uso de tarjetas de crédito, se preocupa por contar con seguros médicos, busca pasar tiempo en familia, piensa en la realización profesional y es importante la estabilidad económica por medio de un negocio propio, ya se encuentran planificando su retiro por lo que ahorra mensualmente y lleva un control de sus gastos (Nielsen, 2015).

Los argumentos preliminares expresan que las Generaciones a las que pertenecen los jóvenes de este estudio tiene una diferente percepción sobre la inversión y las criptomonedas, lo cual permite enunciar la hipótesis de investigación:

H1. En el noreste de México, existen diferencias entre las Generaciones X y Y con respecto a conocimiento sobre criptomonedas y hábitos de inversión.

Metodología

La presente investigación es de tipo transversal ya que los datos se recolectaron en un solo momento, es cuantitativo ya que midieron las diferencias que existen entre la Generación X y la Generación Y en cuanto a los conocimientos sobre criptomonedas y hábitos de inversión.

Para realizar el presente estudio y cumplir con los objetivos de la investigación, se tomó como base el instrumento desarrollado por Restrepo, Montalvo & Sánchez (2018). A dicho instrumento se le agregaron preguntas sobre hábitos y conocimientos de inversión para alinearla a los objetivos de esta investigación. El instrumento con las nuevas adecuaciones fue validado previamente a su aplicación por tres personas o jueces con conocimiento sobre el tema y experiencia en la elaboración de encuestas y variables de estudio.

El instrumento cuestionó a ambas generaciones sobre la costumbre de realizar inversiones, el conocimiento actual sobre las inversiones, sus hábitos y preferencias de inversión. Se cuestionó también sobre el conocimiento del concepto criptomoneda, su valor, los tipos de criptomonedas que existen, los beneficios que presentan con respecto a las divisas tradicionales, las desventajas de negociar con ellas, los riesgos a los que se expone un inversionista al negociar con estas monedas y, si

consideran que México es un país que cuenta con la infraestructura suficiente para implementar las inversiones en criptomonedas.

La investigación se llevó a cabo por medio de un muestreo no probabilístico o por conveniencia, entre 100 personas de la Generación X y 100 personas de la Generación Y. Se encuestaron a personas que laboran en diversas empresas del estado de Nuevo León. De las personas encuestadas de la Generación X el 58% eran de sexo masculino y el 42% de sexo femenino y cuyas edades oscilaron entren 39 y 57 años. Y de las personas encuestadas de la Generación Y el 57% eran de sexo masculino y 42% de sexo femenino y sus edades oscilaron entre 23 y 36 años.

Resultados

De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla 1, un 35% de la Generación X no acostumbran invertir y el 31% de la Generación Y casi no realiza inversiones. En cuanto al conocimiento sobre las inversiones, se encontró que el 34% de la Generación X y el 29% de la Generación Y conocen los tipos básicos de las inversiones.

		X	Y
¿Acostumbra realizar algún tipo de inversión?	Sí, siempre que tengo un ingreso, invierto una parte.	17%	13%
	Regularmente realizo inversiones.	9%	12%
	A veces cuando tengo un dinero extra lo invierto.	23%	23%
	Casi no realizo inversiones.	17%	31%
	No acostumbro invertir.	35%	20%
¿Cómo describiría su conocimiento actual sobre inversiones?	Conozco muy bien las tres clases principales de activos, y tengo mucha experiencia en inversiones.	10%	4%
	Comprendo distintas categorías de inversión, los distintos niveles de riesgo y rendimiento asociados a cada tipo y tengo experiencia en inversiones.	11%	15%
	Conozco los tipos de inversión básicos.	34%	29%
	Sé algo de inversiones, pero mi conocimiento no es profundo.	26%	29%
	Estoy comenzando a aprender sobre el tema de inversiones.	19%	23%
¿Cómo describiría sus hábitos de inversión actuales?	He acumulado bastantes activos de inversión (excluyendo mi casa).	12%	13%
	He ahorrado una suma moderada y continúo ahorrando.	26%	24%
	He aumentado mi ingreso, pero mi objetivo principal es reducir deudas.	34%	19%
	He ahorrado algo de dinero, pero a menudo necesito pedir prestado.	8%	11%
	Recién empiezo.	20%	33%
¿En qué lugar prefiere invertir tu dinero?	En mi casa o alguna otra propiedad.	47%	31%
	En el banco.	16%	29%
	En un plan de inversión.	33%	27%
	En criptomonedas.	4%	2%
	No me parece buena opción.	0%	11%
¿Sabe qué es una criptomoneda?	Desconozco completamente el concepto.	31%	22%
	Tengo una leve idea del concepto.	33%	29%
	Tengo una idea del concepto.	30%	25%
	Tengo un conocimiento suficiente del concepto.	3%	15%
	Conozco perfectamente el concepto.	3%	9%
¿Conoce el valor actual de las criptomonedas?	Desconozco totalmente el valor.	64%	39%
	Tengo una leve idea de su valor.	23%	26%
	Tengo idea de su valor.	9%	25%
	Tengo conocimiento suficiente acerca de su valor.	2%	5%
	Si conozco perfectamente su valor.	2%	5%
¿Qué concepto tiene sobre las criptomonedas?	Es un medio digital de intercambio.	16%	10%
	Son monedas virtuales.	14%	20%
	Es dinero digital.	15%	8%
	Todas las anteriores.	30%	38%
	Otro…	15%	9%
	No tengo idea.	10%	15%
¿Cuáles tipos de criptomonedas conoce o ha escuchado de ellas?	Ethereum	23%	12%
	Ripple	8%	4%
	Dash	7%	5%
	Zcash	0%	1%
	Monero	2%	1%
	Bitcoin	58%	74%
	Petro	2%	3%
	Otra…	0%	0%
¿Cuáles considera que son los beneficios que presentan las criptomonedas con respecto a las divisas tradicionales?	Negociación directa con el receptor.	6%	10%
	No hay ningún tipo de comisión.	8%	14%
	Son divisas digitales.	19%	28%
	No requiere intermediario.	34%	17%
	Todas las anteriores.	21%	21%
	Otra…	12%	10%
¿Cuál cree que sean las desventajas de negociar con criptomonedas?	Condición de anonimato.	16%	15%
	Se presta para uso de actividades ilegales.	8%	16%
	Exposición a altos riesgos.	22%	32%
	No está reglamentado su uso.	45%	29%
	Otra…	9%	8%
De los riesgos a que se expone un inversionista en criptomonedas, ¿Cuál considera el mayor?	Perder la inversión ya que las plataformas de criptomonedas no están vigiladas.	51%	47%
	Asociación con lavado de activos, financiación de terrorismo y narcotráfico.	7%	23%
	No existe respaldo estatal.	29%	20%
	Otro…	10%	13%
Considera que México cuenta con la infraestructura para implementar inversiones en criptomonedas a nivel de…	Plataformas informáticas.	26%	29%
	Calidad del internet.	20%	14%
	Seguridad tecnológica.	5%	11%
	E-bancarización.	12%	13%
	Todas las anteriores.	8%	16%
	Ninguna de las anteriores.	29%	17%

Tabla 1

Resultados de la investigación respecto a las diferencias entre los conocimientos y hábitos de inversión comparando entre las Generaciones X y Y.
Fuente: Elaboración propia

Investigando sobre los hábitos de inversión, el 33% de la Generación Y recién empiezan a invertir y el 34% de la Generación X se ha enfocado en aumentar sus ingresos con el objetivo de obtener menos deudas.

Al momento de preguntar dónde se invierte preferiblemente, el 47% de la Generación X y el 31% de la Generación Y optan por invertir en una casa o en alguna otra propiedad. En cuanto al tema propiamente de las criptomonedas, las dos generaciones cuentan con una leve idea del concepto, mostrando un 33% de la Generación X

y un 29% de la Generación Y. En lo que concierne al conocimiento del valor actual de la criptomoneda, se obtuvo que un 64% de la Generación X y un 39% de la Generación Y desconocen totalmente el valor de esta.

Sobre la cuestión del concepto que tienen de una criptomoneda, un 30% de la Generación X y un 38% de la Generación Y indicaron que es un medio digital de intercambio, son monedas virtuales y además es dinero digital.

En lo relativo al conocimiento de los tipos de criptomonedas, un 58% de la Generación X y un 74% de la Generación Y han escuchado del Bitcoin. Por otro lado, sobre los beneficios presentes en las criptomonedas con respecto a las divisas tradicionales, se encontró que un 34% de la Generación X consideran que no requieren intermediarios, mientras que un 28% de la Generación Y consideran que son divisas digitales.

Relacionado con las desventajas de negociar con criptomonedas, la Generación X manifestó que son inversiones que presentan exposición a altos riesgos, mientras que la Generación Y le preocupa más que no está reglamentado su uso. No obstante, las dos generaciones están de acuerdo que el mayor riesgo de realizar este tipo de inversión puede referirse a la pérdida de la inversión y la falta de vigilancia de las plataformas.

Por último, sobre el pensamiento que se tiene sobre el nivel de infraestructura actual de México para la inversión en criptomonedas, el 29% de la Generación Y consideran que las plataformas informáticas cuentan con un buen nivel; por otro lado, el 29% de la Generación X considera que las plataformas informáticas, la calidad del internet, la seguridad tecnológica, y la E-bancarización no cuentan con un nivel indicado de infraestructura para la generación de inversiones con criptomonedas.

Debido a estos resultados entre los dos grupos etarios se acepta la hipótesis de investigación H1.

Discusión

El estado del arte nos dice que tanto la Generación Y como la X, son proclives al uso de las plataformas digitales, aunque la Generación Y, por ser nativos digitales se inclinan más hacia esta tecnología disruptiva.

En este estudio, hemos encontrado que ambas generaciones, por lo menos han escuchado hablar de las criptomonedas, pero desconocen su valor y no sienten confianza para realizar inversiones en esta moneda digital.

Por lo tanto, se recomienda que se lleven a cabo políticas públicas que regulen estas *fintech* por parte de los gobiernos para que brinden seguridad en los inversionistas que además se realice una mayor difusión de parte de instituciones financieras que permitan un mejor conocimiento de las monedas digitales y su uso como instrumentos de inversión.

Conclusiones

La tecnología disruptiva ha influido en las finanzas y la economía, creando plataformas para llevar a cabo inversión, ahorro y medios de pago; esto, aunado a las nuevas tecnologías ha dado paso a la creación de las criptomonedas.

Al haber realizado esta investigación confirmamos que las Generaciones X y Y a pesar de conocer los tipos básicos de inversiones, no cuentan con un conocimiento profundo del tema; tienen una leve idea del concepto criptomoneda, aunque desconocen su valor y la consideran riesgosa debido a que no están reguladas, el extenso catálogo de monedas digitales se ignora

puesto que más del 58% de estas generaciones afirman conocer solamente el Bitcoin.

En cuanto al hábito de invertir, la Generación X no lo acostumbra y realmente no tienen en claro los beneficios que puede llegar a obtener si lo hicieran.

Por otro lado, la Generación Y, la cual está más obligada a buscar otra forma de sustento, puesto que se tiene claro que no contará con una pensión, realiza pequeños ahorros y comienza a interesarse en adquirir conocimiento sobre inversiones.

Específicamente, en cuanto a la inversión, solamente el 4% de la Generación X y el 2% de la Generación Y lo consideran, por lo cual podemos decir que mucha gente todavía no confía en este estilo de inversión y se debe a distintas razones tales como el desconocimiento o falta de dominio sobre el tema, la preferencia a invertir en instrumentos financieros más seguros y tradicionales, o en que no disponen de dinero extra para invertir.

En conclusión, se muestra que muchos de los encuestados desconocen bastante acerca de este tipo de inversión, no conocen sobre criptomonedas y además por no haber regulaciones por parte de los gobiernos se considera una inversión riesgosa.

Referencias

Ballard, J. (6 de septiembre de 2018). 79% of Americans are familiar with at least one kind of cryptocurrency. Obtenido de YouGov: https://today.yougov.com/topics/technology/articles-reports/2018/09/06/cryptocurrency-bitcoin-popular-americans

Blackrock. (2019). 6.a encuesta anual Global Investor Pulse Survey – Los resultados en México. BlackRock, Inc. Obtenido de https://www.blackrock.com/mx/intermediarios/literature/brochure/global-investor-pulse-mexico-brochure.pdf?elqTrackId=53e056a6d3294b64a442c815ff7baa61&elqaid=1153&elqat=2

Capitaria. (2018). Guía para entender el mundo de las criptomonedas. Capitaria S.A. Obtenido de https://www.capitaria.com/recursos/pdf/Guia-Criptomonedas.pdf

Caro, G. S., & Obando, S. L. (2017). Monedas virtuales como una nueva alternativa de inversión, y su tendencia a través del. Recuperado el 24 de octubre de 2019, de http://dspace.tdea.edu.co/jspui/bitstream/tda/190/1/Monedas%20virtuales%20como%20una%20nueva%20alternativa%20de%20inversion%20y%20su%20tendencia%20a%20traves%20del%20tiempo.pdf

Chamorro, S. (14 de noviembre de 2018). ¿Es seguro invertir en criptomonedas? Obtenido de Deusto Formación: https://www.deustoformacion.com/blog/finanzas/es-seguro-invertir-criptomonedas

Cortés, P. D. (noviembre de 2017). FinTech: Tecnología Financiera. Recuperado el 25 de Octubre de 2019, de Nota-INCyTU: http://foroconsultivo.org.mx/INCyTU/documentos/Completa/INCYTU_17-006.pdf

Finerio, C. (16 de agosto de 2017). Dime a que Generación perteneces y te diré en que usas tu dinero. Obtenido de Finerio: https://blog.finerio.mx/blog/dime-a-que-

generacion-pertenences-y-te-dire-en-que-utilizas-tu-dinero

Flores, C. L., & Villegas, S. S. (enero de 2019). Bitcoin & blockchain: ¿la criptomoneda y la tecnología que pueden. Obtenido de Repository.eafit.edu.co: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13591/LuisaFernanda_FlorezCano_SandraMilena_VillegasSerna_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y

González , G. (8 de septiembre de 2018). Criptonoticias. Obtenido de Cerca del 80% de los residentes de Estados Unidos conocen las criptomonedas según encuesta: https://www.criptonoticias.com/comunidad/adopcion/eeuu-encuesta-criptomonedas-estudio/

Guerrero, B. F. (marzo de 2017). ¿Preparado para las vacaciones más largas de tu vida? . Valores(43), 14-15.

Gutiérrez , P. J. (febrero de 2019). El lavado de activos en la época de las criptomonedas. Obtenido de MPa: http://www.mpapenalcorporativo.com/wp-content/uploads/2019/02/Entre-lineas-6.pdf

Hernández, S. A. (30 de septiembre de 2013). Beneficios de invertir en fondos de inversión. Obtenido de Forbes México: https://www.forbes.com.mx/beneficios-de-invertir-en-fondos-de-inversion/

Howe, N., & Strauss, W. (2009). New York: Vintage Books.

Jakubauskas, R. (9 de mayo de 2018). How many people actually own cryptocurrency? Obtenido de Dalia Research: https://medium.com/daliaresearch/how-many-people-actually-own-cryptocurrency-4ff460301520

Nielsen Global. (16 de noviembre de 2015). Estilos de vida generacionales . Obtenido de Insight: https://www.nielsen.com/mx/es/insights.html?pageNum=1

Ordinas, M. (2017). Las criptomonedas: ¿oportunidad o burbuja? BancaMarch.

Pallares, R. (abril de 2014). ¿Son las monedas virtuales el futuro de las finanzas internacionales? Petrotecnia(2), 74-84.

Pineda, G. M., Pastrana, B. M., & Ostos, P. Y. (2018). Criptomonedas; Alternativa de Inversión y Medio de Pago. Obtenido de Tesis de pre-grado.

Ramos, E., Flores, M., & Zeballos, R. (2 de diciembre de 2017). Impacto de las Criptomonedas en la población estudiantil universitaria de la República de Panamá. (D. A. Ramos, Ed.) UNICYT, 79-98.

Restrepo, S. J., Montalvo, A. N., & Guerra, S. J. (2018). Impacto económico que genera la apertura de criptomonedas en los sistemas socialistas: caso Venezuela. Caracas.

Romero, R. (7 de septiembre de 2018). Casi la mitad de los Millennials están dispuestos a usar Bitcoin como moneda principal. Obtenido de Tekcrispy: https://www.tekcrispy.com/2018/09/07/millenials-bitcoins/

Sánchez, G. A., & Terán, V. O. (2017). Criptomonedas como oportunidad de negocio de microempresas del sector turístico en la zona oriente del Estado de México. Global Conference on Business and Finance Proceeding, 12(2), 307-312.

Solís, A. (2018). ¿Cómo invertir por primera vez con 10,000 pesos? FORBES.

Torres, I. (23 de mayo de 2016). 5 razones del porqué la gente no invierte su dinero. Obtenido de Mentor of the Biblion: https://mentorofthebillion.com/2016/05/23/5-razones-por-las-que-la-mayoria-de-personas-no-tiene-el-habito-de-invertir-su-dinero/

RELAYN 4 (1): Enero, 2020
ISSN: 2594-1674

Artículo 5. Mujeres empresarias: El emprendimiento femenino entre la ausencia de estudios y el incremento de su participación económica en Hermosillo, Sonora.

Women entrepreneurs: The female entrepreneurship between the absence of studies and the increase of their economic participation in Hermosillo, Sonora.

Fátima Robles, María del Rosario; Durazo Bringas, María Guadalupe; Romero Vivar, Natalia Guadalupe.

Universidad Estatal de Sonora

Resumen

Se examina la actividad económica de las mujeres empresarias en la ciudad de Hermosillo, Sonora para identificar las necesidades y habilidades en que las mujeres empresarias se apoyan para tener éxito en esta actividad. Para el logro de los objetivos se realizó una encuesta que se aplicó a mujeres empresarias del sector formal en Hermosillo, Sonora. Se concluye que el estudio de las empresarias hasta la fecha, ha sido guiado por las teorías androcéntricas y han sido poco valoradas características personales que las mujeres poseen, las cuales es necesario integrar con el fin de construir una figura del actor empresario-empresaria, más completa.

Palabras clave

Habilidades, marco analítico, mujeres empresarias, teoría androcentricas

Abstract

It examines the economic activity of women entrepreneurs in the city of Hermosillo, Sonora to identify the needs and skills on which women entrepreneurs rely to succeed in this activity. For the achievement of the objectives, a survey was carried out that was applied to women entrepreneurs of the formal sector in Hermosillo, Sonora. It is concluded that the study of entrepreneurs to date, has been guided by androcentric theories and have been little valued personal characteristics that women possess, which it is necessary to integrate in order to build a figure of the actor entrepreneur-entrepreneur, more complete.

Keywords

Skills, analytical framework, women entrepreneurs, androcentric theory.

Introducción

Durante mucho tiempo la actividad empresarial de las mujeres ha pasado casi desapercibida, no es sino hasta finales de la década de los ochenta, cuando se desarrollan los primeros estudios de las mujeres empresarias en los Estados Unidos (Loza, 2011). Sin embargo, en México, se han realizado pocos estudios del emprendimiento femenino, tanto desde la academia como institucional, que analicen: sus contribuciones económicas, sociales y culturales; acerca de sus necesidades como mujeres en el espacio económico, las características que aportan a la actividad empresarial; sí se requiere o no, un marco analítico para el estudio de las mujeres empresarias o modificarse el marco analítico general, entre otras cuestiones.

Zabludosky (2001) señala que esta ausencia de estudios acerca de la mujer empresaria es muy drástica, ya que ni de manera lateral se le

menciona en estudios de empresarios y empresas, además existe una ausencia de mujeres en las cámaras de representación gremial. La autora refiere que esto podría ser explicado, debido a que hasta la década de 1970 la participación de la mujer en la vida económica en México no era muy relevante, sin embargo, a partir de la década de los 80 del siglo pasado, esta situación ha cambiado, no solo en México sino en el mundo.

Durante las dos últimas décadas del siglo pasado, en Latinoamérica se han logrado avances significativos en equidad de género, la matrícula de niños y niñas en la escuela primaria llega al 97% y en la escuela secundaria iguala o supera a los hombres en 80 países (Banco Mundial, 2010), México presenta la misma tendencia, la matrícula en niñas y niños de primaria corresponde a un 49.2% y 50.8% respectivamente y en educación secundaria es de 50.2% y 49.8%, sin embargo en educación superior esta tendencia se revierte a ser de 49.3% y 50.7%.

Según datos del INEGI 2009, las mujeres eran propietarias del 35.4% de los establecimientos de manufacturas, comercio y servicios y en un 8.6% las mujeres eran copropietarias junto a los hombres, lo que significa un gran avance respecto a la década de 1970 en la que solamente eran el 6.8% y el 1.2% en 1990. En Sonora en 1990 solamente el 1.8 % de las mujeres eran patrón o empresarios según la clasificación del INEGI y el 0.7% de ellas trabajan en el negocio familiar sin remuneración (INEGI, 1993). En la actualidad, el margen bruto de operación (total de ingresos/gastos totales+remuneraciones) en los establecimientos cuya dueña es una mujer, obtuvieron el mayor margen bruto de operación de un 25.6%, contra el 23.5% de los establecimientos operados por un hombre y el 23% de los establecimientos de propiedad mixta INEGI (2009).

Sin embargo, a pesar de los avances notorios en educación de las mujeres en Latinoamérica, las brechas de género en términos de trabajo remunerado y no remunerado en México están entre las mayores de la (OECD, 2012) y la tasa de participación laboral es la menor después de Turquía, el 48% de las mujeres en México tienen un empleo comprado con el 62% de los miembros de OECD. Chile, Costa Rica, México y Honduras se encuentran sistemáticamente en las tasas más bajas de cuanto a la actividad económica femenina (Milosavljevic, 2007). Asimismo, las mujeres se enfrentan a numerosos e importantes obstáculos al integrarse al mercado laboral, como son; la carga de trabajo no remunerado, según la OECD (2012) las mujeres destinan hasta 4 horas diarias más que los hombres; los tradicionales roles de género, las mujeres son las responsables de los cuidados tanto de hijos como de padre, madre o ambos; la falta de políticas públicas que faciliten la existencia de estancias para el cuidado infantil, entre otras.

Precisamente algunos de estos obstáculos para que las mujeres se integren al mercado laboral, son los que el Banco Mundial (2010), señala como factores que inducen (factores de inducción) a las mujeres a ser empresarias, a los que considera como diferentes a los hombres, los cuales señala, se integran como empresarios por los factores de atracción, es decir identificar la oportunidad. Para el (GEM Global Entrepreneurship Monitor, 2017)), en las economías impulsadas por factores, tanto hombres como mujeres se inician como empresarios(as), por factores de inducción. Es precisamente la prevalencia de los roles de género y de los factores de inducción y

de la falta de flexibilidad en el mercado laboral para las mujeres, que nos lleva a preguntarnos ¿Son diferentes las necesidades de las mujeres empresarias a la de los empresarios hombres? ¿Qué motiva a las mujeres a incursionar como empresarias en Hermosillo, Sonora?

Revisión de la Literatura

La relevancia del empresario en el crecimiento económico y su papel preponderante ha sido tema de la teoría económica durante siglos, los economistas han desarrollado diferentes puntos de vista en torno a su papel y su relación con la propiedad de los recursos. Uno de los teóricos más reconocidos del siglo pasado, citado mundialmente por sus estudios del empresario y de la innovación, define estos dos conceptos como habilidades especiales que solo poseen un determinado tipo de hombres especiales al señalar "En consecuencia, la realización de nuevas combinaciones es también una función especial y el privilegio de hombres que son mucho menos numerosos que aquellos que disponen de la posibilidad "objetiva" de hacerlo. Los empresarios pertenecen, por tanto a un tipo especial" (Schumpeter, 2012).

Este autor elaboró una definición de empresario que prevaleció durante una buena parte del siglo XX y que irrumpió en algunas de las teorías vigentes al considerar al empresario como un actor del desenvolvimiento económico y provocar la innovación con su acción. Mediante la combinación de factores que suponen, en la mayoría de los casos, el empleo distinto de los medios existentes, dando lugar por la acumulación de estos cambios cualitativos al desenvolvimiento económico, que impulsa y "mantiene en movimiento a la máquina capitalista" Schumpeter (1963:120), "es así que "empresa", es la realización de nuevas combinaciones y "empresario" son los individuos encargados de dirigir dichas realizaciones Schumpeter (1978, 84).

Para concluir con estas primeras definiciones de empresario y de su aportación de identificarlo como un actor del desenvolvimiento económico, señalaremos que esta visión de empresario se le reconoce como el que proporciona el espíritu y establece el lugar de la empresa en el mercado; es ese agente dinámico, visible y envestido de una serie de características personales, de liderazgo empresarial y fuerza de voluntad.

Con el desarrollo económico y el capitalismo global, la teoría empresarial ha agregado nuevos elementos y conceptos de análisis, de acuerdo al desarrollo de la sociedad y al desarrollo de la teoría social, un elemento común que se adiciona a estas nuevas visiones, es el análisis del contexto. Pasamos así de una visión personalista, heroica y androcéntrica del empresario de Schumpeter, a otras que introducen elementos como el contexto social, las redes de apoyo, la empresa, las brechas estructurales, todo ello como obstáculos o apoyo para la formación de empresarios. Sin embargo, estas nuevas visiones no contemplan las características que imprime la mujer empresaria a esta actividad y en el contexto específico en que se desarrolla.

Thornton (1999), señala que los estudios del empresario se han realizado desde dos escuelas: la de la oferta y la de la demanda. La escuela de la oferta se centra en la disponibilidad de personas idóneas para ocupar funciones empresariales, se centra en las características individuales y establece posibles mecanismos para las agencias; la de la demanda, sobre el número, naturaleza de los roles emprendedores que deben llenarse y en el contexto.

El trabajo de Gartner (1989), destacó en los estudios empresariales en Norteamérica, al plantear que la pregunta ¿Quién es un empresario? es inválida, debido a que responder esta pregunta, nos lleva a una respuesta basada en características individuales, que no ayudan a comprender al empresario como un actor social y no logramos diferenciarlo de otros actores, además de que no lo integran a la dinámica social y es visto como en un estado fijo de la existencia, plantea que el enfoque debe ser al comportamiento del empresario y que hacerlo así cambia la metodología de la investigación y los resultados y se puede reconocer las complejidades de fundar y mantener una empresa.

Analizar el trabajo de Gartner (1989), es importante debido a la naturaleza de su trabajo que incluyo cerca de 4, 357 de empresarios, entre los que incluyo propietarios, miembros de cámaras empresariales, estudiantes de empresas de negocios, grandes y pequeñas empresas, raza negra y mujeres. Es uno de los pocos que en ese momento entrevisto a mujeres empresarias, sin embargo, el porcentaje de mujeres entrevistadas es del 8%.

Consideramos que es necesario estudiar y aplicar un enfoque de género en el estudio del actor empresario, en búsqueda de diferencias o no, en el comportamiento de las empresarias. La escuela de la oferta, que se basa en las características individuales, entre las que se encuentran: liderazgo, osadía, firmeza, decisión, logro, autodisciplina, alto nivel de energía, control; entre otras, como un tipo de personalidad, en nuestra opinión este tipo de personalidad que describe la escuela de la demanda se orienta a lo que tradicionalmente rasgos de conducta que tradicionalmente se han asociado al género masculino.

Es necesario aportar a la teoría del empresario elementos nuevos, que consideren rasgos y comportamientos del género femenino que no ha sido debidamente estudiado en su acción empresarial, ni integrados a la teoría, así como analizar las interrelaciones que llevan a cabo las mujeres al emprender en la pequeña y mediana empresa y cómo su acción contribuye al capital social de su entorno.

Revalorizar a la mujer empresaria como un actor económico tanto en el ámbito público como privado, así como las características que tradicionalmente se han considerado femeninas y no propias de la acción empresarial y no han sido debidamente valoradas en la acción empresarial, debido a la visión androcéntrica que, hasta el día de hoy, prevalece en las teorías empresariales en las que su objeto de estudio son los rasgos personales.

Otro asunto, se refiere a lo que señala Rachida (2008) citando a Tobío, de cómo “las relaciones laborales femeninas funcionan como un indicador del proceso de ajuste entre las estructuras familiares y los sistemas productivos” (2008:4), lo que lleva a suponer que las características específicas de las mujeres emprendedoras tendrían a su vez implicaciones sobre la empresa y el desempeño de las empresas en la sociedad.

Estudios en América Latina y México de las mujeres empresarias. Avances y retrocesos

Para Daeren (2000) en América Latina la estructura de los hogares está cambiando rápidamente y considera que las estadísticas oficiales subestiman esta proporción, debido a problemas conceptuales y metodológicos, en los que la definición de jefatura de hogar utilizada no se detectan las realidades actuales, afirma que entre una tercera y una cuarta parte de los

hogares dependen de un único ingreso femenino. Milosavljevic afirma que "las fuentes de información (censos, encuestas o registros administrativos) no suelen incorporar el enfoque de género en el diseño de instrumentos, ya sea en forma parcial o integral, por ser una práctica incipiente" (2007:59), de tal forma que la información que se desprende de estos estudios puede presentar vacios o sesgos. De tal forma que se hace necesario trabaja en un enfoque de género en estos instrumentos estadísticos, que tomen en cuenta los roles, actividades y tareas que a menudo son diferentes entre homres y mujeres en la sociedad y que los instrumentos deben consignar (Milosavljevic, 2007).

Las mujeres buscan trabajar porque lo quieren y/o porque lo necesitan, lo que – en gran medida – depende de las urgencias económicas que experimenta los hogares a los que pertenecen. De la misma forma en que se reconoce la importancia del aporte de los ingresos laborales de las mujeres de más bajos ingresos en la superación de la pobreza de sus hogares.

La participación femenina en el ámbito empresarial se ha incrementado al igual que en el mercado laboral, la edad de las mujeres que participan en esta tendencia oscila entre "25 y 34 años y de 35 a 44 años. Quiere decir, cada vez más las trabajadoras y empresarias son mujeres en edad reproductiva, con niños (pequeños) a su cargo y las responsabilidades de atención y cuidado que ello significa para las mujeres que se ven obligadas a combinar varias jornadas de trabajo: una relacionada con el trabajo remunerado y otra relacionada con el trabajo no remunerado en la casa y la familia." (Daeren, 2000).

Zabludovsky (1998), realizó un estudio en la zona metropolitana de la ciudad de México, con empresas formalmente establecidas, en el cual se señala que los giros donde participan las mujeres empresarias en el sector formal de la economía son los siguientes: En servicios educativos llegan a representar un 36% del empresariado, en servicios personales un 22% y en el comercio (19% en el mayoreo y 17% en el menudeo). Asimismo, manifiesta que la mujer ha incursionado en sectores no tradicionales como en caso de la industria, donde ya alcanzan un 13% del total del empresariado de las manufacturas durables y un 8% en las no durables.

Las empresarias en México tienen un lugar especialmente importante en la micro y pequeña empresa, pese a que la muestra tomó en cuenta solo el sector formal de la economía, el porcentaje de mujeres en las microempresas alcanza un 20%, mientras que en las pequeñas es de 11% y en las medianas y grandes es de tan solo un 4%. La mayoría de ellas (el 61%), son fundadoras de las mismas, únicamente el 18% la heredaron, el 13% las compraron y el 8% la obtuvo sin una inversión propia (en forma de obsequio). Zabludovsky (1998).

En México se han elaborado estudios acerca del papel de la mujer en la actividad empresarial y ejecutiva, el Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (2013) realizó una investigación en la cual se especifican indicadores de la participación del a mujer en este ámbito: los resultados presentados son los siguientes:

Las mujeres perciben un salario menor que los hombres, aproximadamente un 16% menos México tiene el lugar 85 de 133 de acuerdo al reporte de la brecha de género del World Economic Forum (2013), las ganancias obtenidas por las empresarias se destinan en un 70% a su familia (contribuyendo a la economía

doméstica en gran medida), en México de cada cinco pequeñas y medianas empresas que se abren, tres son lideradas por mujeres. Además, en el estudio se asevera que la participación de la mujer en México en el sector empresarial es del 16%.

Precisamente estas nuevas realidades de la incursión de la mujer en el ámbito empresarial y la diferencia de condiciones en que lo hace con respecto a los empresarios hombres, siendo una de ellas, la atención y cuidado de adultos mayores y niños que recae sobre la mujer, así como las labores domésticas, que consideramos necesarios estudiar el emprendimiento femenino y los obstáculos a que se enfrentan las mujeres en la actividad productiva y cómo logran superarlos.

Hipótesis

Las mujeres empresarias tienen necesidades diferentes que los empresarios hombres, debido a la persistencia de estereotipos de género que las lleva a realizar una doble o triple jornada en el cuidado del hogar, hijos y adultos mayores, esta situación no ha sido debidamente estudiada en la mujer empresaria

Metodología

Para responder los objetivos planteados se realizó una investigación exploratoria, de corte transversal. Para conocer el estado actual de los estudios de la mujer empresaria en Hermosillo, Sonora, se realizó una investigación documental con el fin de elaborar el estado del arte. Para responder la pregunta de investigación acerca del perfil de las mujeres empresarias del sector formal en Hermosillo, Sonora, se realizó una investigación cuantitativa, en la cual se aplicó una encuesta mediante la herramienta Google Forms, a 53 mujeres empresarias, de los diferentes sectores económicos. Con el fin de abarcar un mayor número de mujeres, se realizó también un barrido de las mujeres empresarias en las diferentes plazas comerciales y centro de la ciudad y no solamente de forma virtual. El requisito para responder la encuesta es que fueran propietarias de la empresa, estuvieran registradas en el Sistema de Administración Tributaria y tuvieran al menos un empleado registrado ante el IMSS. Las variables a estudiar fueron: rangos de edad, habilidades, dependientes económicos y horas dedicadas al trabajo en el hogar.

Discusión

El objetivo de esta investigación fue dar respuesta al siguiente cuestionamiento: ¿Existe una correlación entre el nivel de estudios de los directores y el uso que dan a las tecnologías en las mypes de Santa Cruz de Juventino Rosas? Conforme a los datos analizados, se determinaron los resultados los cuales indican que los directivos de las mypes aún no consideran el uso de las tecnologías como una herramienta que pueda contribuir al crecimiento y fortalecimiento de las mypes de Santa Cruz de Juventino Rosas, al tener en consideración los 11 ítems que conformaron la variable dependiente tecnología, donde 3 de ellos resultaron con altas medias y desviaciones estándar pequeñas, todos ellos enfocados al uso se la tecnología en relación con: Uso computadora, Tablet o un electrónico similar para administrar la empresa y el uso internet en mi empresa, tomando en cuenta que en la mayoría de los casos los directivos consideran que su producción o servicios requieren que una gran parte se realice de manera manual. Es importante resalta que sólo el 60.2% de los directores utiliza la computadora o un electrónico similar para

administrar su empresa, así como el uso de internet en su empresa, pudiendo ser un área de oportunidad para las mypes dentro del municipio.

De igual forma, se determinó una correlación conforme a las variables de uso de la tecnología y el nivel de estudios. Para la realización del comparativo entre los resultados de la investigación y los determinados por otras fuentes, la AMITI (2013) destaca el uso de computadoras e internet en las empresas ya que el 91.0% de éstas que cuentan con más de 20 empleados, tienen acceso a internet, sin embargo, sus ventas por internet oscilan tan sólo en un 8.7%.

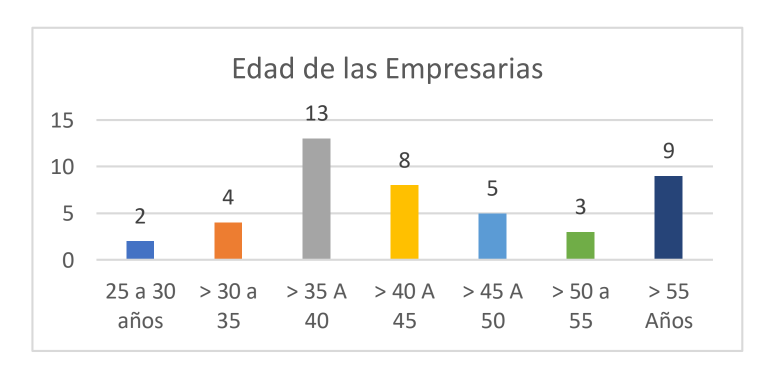
Tomando como referencia la información del INEGI (2015), la cual ha permitido identificar las causas que limitan el uso de las tecnología de las mypes entre las que destacan la falta de personal capacitado para poder utilizar adecuadamente las tecnologías, adicional a ello, son este sector de empresas las que dedican menos tiempo a la capacitación de su recurso humano de conformidad con los propios empresarios, sin embargo también contribuyen a generar una respuesta factible para atender las dificultades económicas y del entorno productivo, las cuales están encaminadas a incrementar el uso de las tecnologías para mejorar calidad de los productos y servicios, lo que se traduce en una reducción de tiempos de procesos y a una disminución en los costos, incrementando la productividad de las mypes.

Resultados

En Sonora de acuerdo a datos del INEGI residen 2 850 330 personas, el 49.5% son hombres y el 50.5% son mujeres, de acuerdo a la encuesta intercensal el 89.5% de la población femenina de 12 años y más, realiza trabajo no remunerado contra el 61.5% de los hombres, sin embargo, el número de horas que dedican a estas tareas es 2.5 veces más en las mujeres (58.2 horas) que en los hombres (22.9 horas). Un dato importante acerca del trabajo femenino es que este se ha convertido en una parte importante del ingreso en el hogar. Sonora destaca entre los estados de la frontera norte por ocupar la segunda posición de hogares con jefatura femenina con un 25.7%, superior a la media nacional del 24.6% (INEGI, 2012).

De acuerdo a estudios la mujer destina más del 70% de sus ganancias a la comunidad y a sus familias y los hombres solo lo hacen en un 30% o 40% (Centro de Invetigación de la Mujer en la Alta Dirección, 2013).

Respecto al perfil de las entrevistadas en el municipio de Hermosillo, son mujeres entre los 20 y 60 años de edad, el rango más numeroso lo encontramos en mujeres entre los 35 y 40 años de edad que corresponde al 30%, seguido por el de mujeres de más de 55 años 20% y el de 41 a 45 años edad con el 18%, por lo que podemos concluir que el 86% de las mujeres empresarias tienen entre 35 y 60 años de edad (Gráfica 1).



Gráfica 1 Rangos de edad
Fuente: Elaboración propia. Resultados de las entrevistas a mujeres empresarias de Hermosillo, Son.

El Banco Mundial (2010), revela que un factor importante para la inducción es la falta de oportunidades en el mercado laboral, otro es la baja de rentabilidad de la educación del trabajo asalariado, la flexibilidad que da trabajar por

cuenta propia y la otra es la decisión de la mujer de transformarse en empresaria.

Con el objetivo de conocer cuáles son las características personales que llevan a las mujeres empresarias a tener éxito en los negocios, preguntamos a las mujeres cuáles son sus características personales. Las entrevistadas describen como sus rasgos claves que les han permitido ser empresarias y mantenerse: la perseverancia (14), trabajadora (10), disciplina (9), visionaria (8), responsable (8). Los cuales difieren de los rasgos personales que, desde las teorías androcentristas, se asumen como naturales la forma tradicional y masculina de hacer negocios. (Rachida, 2008).

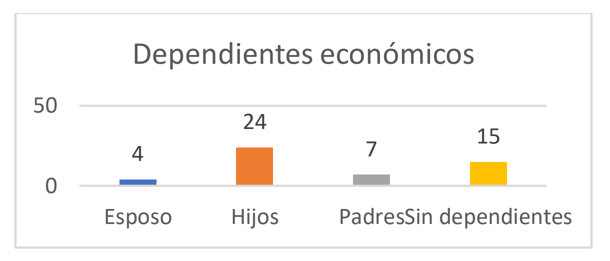


Gráfica 2 Rasgos Personales determinantes
Fuente: Elaboración propia. Resultados de las entrevistas a mujeres empresarias de Hermosillo, Son.

Una de las preguntas recurrentes desde la academia es sí el género impone características distintas a la forma de hacer negocios y de impactar en la sociedad. Señalamos párrafos arriba que las mujeres destinan una proporción hasta del 70% de sus ingresos a la comunidad o a su familia. Al respecto las empresarias entrevistadas señalan algunas de ellas que sus dependientes económicos son los hijos, padres y esposos, otras sus padres e hijos y algunas de ellas sus hijos, algunas de ellas no tienen dependientes económicos. Confirmando, además, las cifras dadas por el INEGI acerca que son las mujeres las que se encargan del cuidado de los padres, pero no solo es el trabajo no remunerado, también intervienen como soporte económico para sus padres, y eso todavía no está debidamente estudiado, el papel de soporte económico de la mujer en los hogares mexicanos, que viene a sumarse al cuidado de los padres e hijos.

Un dato importante que revela la encuesta, es acerca de las mujeres que manifiestan como dependiente económico al esposo, esta cifra alcanza un 9%, la cual consideramos que es muy significativa y revela el papel económico que en la actualidad tienen las mujeres como sostén de la hijos, padres y esposos.

Por otra parte, el 34% de las encuestadas señalan que no tienen dependientes económicos, por lo es posible suponer, que sus motivadores se encuentran dentro de los factores de atracción (pull in factors). Estos factores pueden ser la flexibilidad que da trabajar por cuenta propia o tener una empresa, la detección de una de una oportunidad de negocio, una habilidad innata o desarrollada a través de su preparación (Banco Mundial, 2010). Este hecho es relevante debido a que estudios como el del referido banco mundial, señalan que un número importante de mujeres son empresarias por necesidad (que es cierto) pero también una parte muy importante es empresaria por motivos como factores de atracción (Gráfica 3).

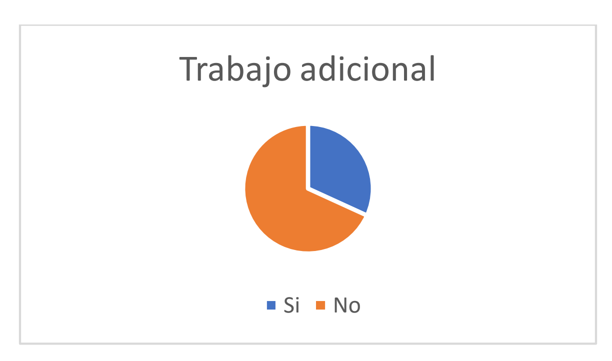


Gráfica 3. Dependientes económicos de las mujeres empresarias
Fuente: Elaboración propia. Resultados de las entrevistas a mujeres empresarias de Hermosillo, Son.

Como dato adicional, en la encuesta se les preguntó a las mujeres sí realizaban actividades adicionales a sus actividades como empresarias. El 68% de las encuestadas manifestó que no realizaban actividades adicionales, sin embargo, el 32% señaló que sí lo hacían, en la docencia, iniciativa privada y los servicios. Esto es relevante debido a que muchas de ellas manifestaron que tenían trabajos estables en la iniciativa privada y además se desempeñaban como empresarias, lo que nos lleva a preguntarnos sí esto lo hacen por necesidad o por la identificación de una oportunidad.

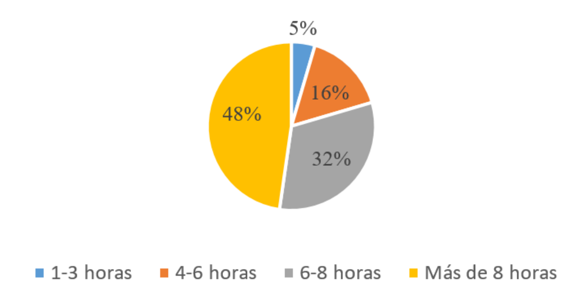
También se podría pensar que debido al número de dependientes económicos que tienen algunas de ellas (hijos, padres y esposo), desempeñan actividades adicionales para obtener los ingresos suficientes. Cualquiera de las respuestas a estas interrogantes, se inscribe en el ámbito de lo ya planteado, acerca de que para estudiar a las mujeres empresarias se requiere estudiar las relaciones que se establecen en el ámbito socioeconómico (Gráfica 4).

RELAYN 4 (1): Enero, 2020
ISSN: 2594-1674



Gráfica 4. Doble trabajo de la mujer empresaria
Fuente: Elaboración propia. Resultados de las entrevistas a mujeres empresarias de Hermosillo, Son.

Las mujeres empresarias en Hermosillo, Sonora, además de tener el 32% de ellas un doble trabajo. Se enfrentan a una jornada adicional, el trabajo no remunerado en el hogar, el 100% de las encuestadas dedican de 1 a 3 horas hasta 8 horas diarias, a las actividades del hogar. Un 48% dedica más de 8 horas diarias, el 32% dedica entre 6 y 8 horas y el 16% entre 4 y 6 horas diarias y sólo el 5% dedica de 1 a 3 horas diarias. Este trabajo no remunerado que realizan las mujeres, constituye un obstáculo importante para desempeñarse como empresarias. Existe una carencia de instituciones de apoyo en el cuidado de los adultos mayores y de los niños, y estos roles de género que tradicionalmente los ha desempeñado la mujer. Sin embargo, consideramos deben existir políticas públicas e instituciones que apoyen en estas tareas y además de establecer mecanismos que fomenten la incursión del género masculino en estos roles (Gráfica 5)



Gráfica 5. Trabajo No Remunerado de las mujeres
Fuente: Elaboración propia. Resultados de las entrevistas a mujeres empresarias de Hermosillo, Son.

Discusión

Los estudios empresariales tienen una deuda con la mujer empresaria, debido a que hasta la fecha poco se ha estudiado de los obstáculos que enfrenta y las características que imprime a la actividad. Si para Schumpeter (2012), la actividad empresarial es el privilegio de hombres especiales, habría que añadir que también existen mujeres especiales, que llevan a cabo esta actividad superando obstáculos adicionales a los hombres, como es la doble y en algunos casos triple jornada. Al respecto consideramos muy destacada la propuesta de Gartner (1989) que propone replantearnos la pregunta de quién es el empresario, por la de Qué hace el empresario, cómo resuelve sus problemas del día a día en su actividad, responder estas cuestiones respecto a la mujer empresaria se hace indispensable para conocer y poder tipificar los obstáculos que afronta.

Por último, respecto a lo que señala Rachida (2008) citando a Tobío, de cómo “las relaciones laborales femeninas funcionan como un indicador del proceso de ajuste entre las estructuras familiares y los sistemas productivos” (2008:4), a que el 100% de las mujeres empresariasr dedican al menos 3 horas en actividades de cuidado y labores domésticas, nos revela que los sistemas productivos y las estructuras familiares no han ajustado las instituciones, ni los sistemas de apoyo a esta nueva realidad.

Conclusiones

La participación de las mujeres en el sector empresarial en México se ha incrementado significativamente, al pasar de 6.8% en 1970 al 35.4% en el 2009 (INEGI 2009). Este hecho, ha sido escasamente estudiado y la participación de

la mujer empresaria no ha recibido la suficiente atención analítica. El estudio del actor empresario hasta la fecha ha sido guiado por las teorías androcéntricas, que le confiere determinadas características (arriesgado, aventurero, fortaleza, seguridad) entre otras, que tradicionalmente se han relacionado con el género masculino, sin embargo, han sido poco valoradas las características personales que las mujeres poseen, en nuestro estudio las mujeres manifestaron: la perseverancia, disciplina, trabajadora, responsabilidad, deseos de superación, buena administradora, innovadora, emprendedora, entre otras, como sus rasgos personales que les permitieron ser empresarias.

Consideramos que es necesario revalorar estos rasgos, con el fin de construir una figura del actor empresario-empresaria, más completa que posea características que tradicionalmente se han identificado con la mujer, como paciencia, perseverancia, comunicación, negociadora, administración, entre otras. Debido a que, a nivel mundial y nacional, la incursión de la mujer a la vida económica, es un hecho que se ha generalizado y sin embargo aún no se ha visibilizado y se sigue estudiando, al actor empresarial, con modelos o teorías que requieren renovarse y visibilizar a la mujer empresaria y las características que ella le imprime.

Otro hecho relevante que tratamos aquí, es que, desde diferentes organismos como el Banco Mundial y el Centro de Investigación de la Mujer, señalan que la mujer es empresaria por necesidad, esto en relación con el hombre, el cual se dice que es empresario por la detección de una oportunidad. Negándole a la mujer la capacidad de detectar una oportunidad, consideramos que es necesario estudiar los cambios en la vida económica y cómo la mujer en la actualidad, es un agente de cambio capaz de identificar la oportunidad que el mercado ofrece, el 34% de las entrevistadas refiere que no tiene dependientes económicos.

Respecto al tema de los dependientes económicos, un hecho relevante y que abre nuevas líneas de investigación, es que 9% de las entrevistadas refiere como dependiente económico al esposo, un 55% a los hijos y un 16% a los padres, algunas de ellas tienen como dependientes económicos al esposo, hijos y padres. Lo que sin duda es una carga muy pesada, tanto económica como social y es necesario estudiar cómo afecta el éxito o fracaso de las empresas formadas por mujeres, el cuidado no solo como una carga física sino también económica.

Para investigadores como Tobío (2001) las relaciones laborales femeninas funcionan como un indicador del proceso de ajuste entre las estructuras familiares y los sistemas productivos. Consideramos que existe una ausencia, desde el estudio del empresario – empresaria, de modelos de referencia, de acuerdo a los diversos roles que juega la mujer empresaria, como es la doble jornada y en algunos casos triple que estas mujeres tienen que sobrellevar, debido a que el 100% de las encuestadas, señalan que al regresar a sus hogares tienen que realizar trabajos domésticos, que van de 1 a 3 horas diarias el 5% y el 48% indican que tienen que realizar más de 8 horas de trabajo doméstico, situación que no es igual en los empresarios del género masculino.

Proponemos líneas de estudio de la mujer como creadora de progreso, así como cambios conceptuales y metodólogico para que organizaciones como el INEGI, en los censos económicos y en las encuestas intercensales, contemplen las nuevas realidades de la mujer en

México, como empresaria, jefa de familia y el contexto en el que se desenvuelven estas actividades, que permitan analizar con mayor profundidad el papel de la mujer en la vida económica con la finalidad de formular políticas públicas más acertadas.

Referencias

Daeren, L. (25 de Agosto de 2000). *Pro TLCUEM.* Obtenido de www.protlcuem.gob.mx/swb/work/models/economia/.../cipi_1AEmpresarias_AL.pdf

Banco Mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y oportunidades del sector formal en América Latina y el Caribe.* Banco Mundial. LEDEL SAC.

Banco Mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el sector privado formal en América Latina.* Banco Mundial, Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo. Washington, D.C.: LEDEL SAC.

Centro de Invetigación de la Mujer en la Alta Dirección. (2013). *Estadísticas sobre mujeres y empresarias en Méxco.* Centro de Investigaciòn de la Mujer en la Alta Dirección, México.

Direccion, C. d. (2013). *Centro de Investigacion de la Mujer en la Alta Direccion .* Obtenido de http://ipade.mx/wp-content/uploads/2017/04/Estadisticas_sobre_mujeres_y_empresarias_en_Mexico.pdf

Emile, L. (2011). Female Entrepreneurship Theory: A Multidisciplinary Review of Resources. *Entrepreneurship Theory, 1*(2), 26-64.

FACUA Consimidores en accion Sevilla España. (30 de Septiembre de 2018). *Gestion eficaz de la Economia Doméstica*. Obtenido de https://www.facua.org/es/guias/economia_domestica_sevilla.pdf

Gartner, W. (1989). "Who is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47-68.

GEM Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Global Report 2016-2017.* Global Entrepreneurship Research Association.

INEGI. (2012). *Las Mujeres en Sonora.* Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Instituto Sonorense de las Mujeres. México: INEGI.

OECD. (17 de 12 de 2012). *Closing the Gender Gap*. (OECD, Editor) Recuperado el 07 de 06 de 2018, de Gender Equality: http://www.oecd.org/gender/closingthegap.htm

Rachida, J. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras.* Madrid, Madrid, España.

Schumpeter, J. (1963). *Capitalismo, Socialismo y Democracia.* México,D.F.: Impresiones Modernas, S.A.

Schumpeter, J. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico.* México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Schumpeter, J. (2012). *Teoría del desenvolvimiento económico* (Séptima ed.). México: El Fondo de Cultura Económica.

Zabludosky, G. (2001). Las empresarias en México: Una visión comparativa regional y global. En D. Barrera, Empresarias y ejecutivas mujeres con poder (págs. 33-87). Distrito Federal: El Colegio de México.

Artículo 6. Análisis comparativo de la efectividad y la satisfacción en las mypes de Victoria Tamaulipas por género del directivo.

Comparative analysis of the effectiveness and satisfaction in the mypes of Victoria Tamaulipas by gender of the manager.

Cruz Delgado, Daniela; Herrera Ledesma, Pedro Alberto; García Martínez, Julio César; Torres Ramírez, Estela.

Universidad Politécnica de Victoria.

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar, de forma comparativa, las características de las mypes de Victoria, Tamaulipas por género del propietario, destacándose la efectividad en resultados organizacionales y satisfacción. Los resultados indican que 51.1% de los encuestados son varones, 48.5% son mujeres, 63.7% son casados y 68.2% de las mypes han superado los 3 años de vida activa. La mitad de los encuestados le dedican entre 56 y 72 h a la semana a la empresa. No se encontraron diferencias significativas en los resultados organizacionales ni en la satisfacción del directivo de las mypes por género.

Palabras clave

Emprendimiento, calidad de vida, utilidades

Abstract

The objective of this study was to analyze, comparatively, the characteristics of the mypes of Victoria, Tamaulipas by gender of the owner, highlighting the effectiveness in organizational results and satisfaction. The results indicate that 51.1% of respondents are male, 48.5% are women, 63.7% are married and 68.2% of mypes have exceeded 3 years of active life. Half of the respondents dedicate between 56 and 72 hours a week to the company. No significant differences were found in organizational outcomes or in the manager's satisfaction of mypes by gender.

Keywords

Entrepreneurship, quality of life, utilities

Introducción

Las micro y pequeñas empresas (mypes) en México juegan un papel muy importante en la economía por su aportación al empleo y al Producto Interno Bruto. Las diferencias existentes en la gestión de las empresas entre hombres y mujeres han sido objeto de estudio desde hace varias décadas, tales estudios se han abordado desde diferentes perspectivas.

Las diferencias en la gestión empresarial por género tienen su origen en la discriminación y estereotipos sociales que históricamente han relegado a la mujer a un papel de menor participación en sociedad, incluyendo el ámbito empresarial.

En la literatura se identifican diversos estudios que analizan la satisfacción laboral y su relación con el desempeño, la productividad y la efectividad, entre otros resultados organizacionales, sin embargo, no se identifican estudios que aborden la satisfacción de los directivos (dueños) de las micro y pequeñas empresas con los resultados de su negocio (efectividad), por lo que el objetivo de este estudio fue analizar, de forma comparativa, las características de las micro y pequeñas empresas de Victoria, Tamaulipas por género del

propietario, destacándose la efectividad en los resultados organizacionales y la satisfacción, con el propósito de identificar áreas de oportunidad que sirvan de base para el impulso al emprendimiento.

Revisión de la Literatura

Muchas mujeres eligen la microempresa debido a la desigualdad de género en el mercado laboral asalariado, por el contrario, las microempresas suelen ofrecerles flexibilidad de tiempo y mejoras económicas vinculadas a las oportunidades de negocios (Dumas, 1999). La participación de las mujeres en la actividad económica se considera uno de los indicadores más importantes para evaluar el estado del empoderamiento de las mujeres. A nivel global se espera que cada día la participación de mujeres como empresarias sea una tendencia en aumento (Kalam y Al Amin, 2016).

Lamentablemente las empresarias de pequeñas empresas enfrentan barreras que los empresarios masculinos no deben asumir. Estas barreras difieren según la edad, la cultura, la región geográfica, la educación, el estado civil y el origen étnico (Naidu y Chand, 2015). La investigación realizada por Naidu y Chand (2015) demostró que las empresarias de pequeñas empresas al tratar de alcanzar el éxito comercial deben enfrentar dificultades con: la desigualdad de género, las barreras derivadas de esta desigualdad, y con la cultura nacional del país; el estudio se realizó con 160 mujeres empresarias en la República de Fiyi.

Las mujeres y los hombres empresarios generalmente difieren en la forma en que financian sus negocios (Verhuel y Thurik, 2001; Carter y Rosa, 1998). el problema es más evidente durante la etapa inicial del negocio, por ejemplo, Verhuel y Thurik (2001) encontraron que las mujeres propietarias de PYMEs suelen tener una cantidad menor de capital inicial. Además, sus PYMEs inician con menos de la mitad del monto del capital utilizado por los hombres y suelen enfrentar más problemas de credibilidad cuando tratan con banqueros (Bădulescu, 2011). Paralelamente, Mijid (2009) encontró tasas de rechazo de préstamos más altas entre las empresarias.

Coleman (2007) también encontró evidencia de discriminación en los créditos solicitados por las empresarias, ya que con mayor frecuencia se les cobró tasas de interés más altas y se les pidió que prometieran garantías adicionales para que los préstamos se otorgaran. Las explicaciones que se dan en la literatura sobre las diferencias entre hombres y mujeres empresarias con respecto al acceso a las finanzas se pueden clasificar en: discriminación, habilidades y preferencias, y competencia (Abdulsaleh y Worthington, 2013; Harrison y Mason, 2007).

El acceso al financiamiento es particularmente crucial para cumplir con los requisitos y estándares de las empresas globales, para iniciar procesos de mejoramiento y para posicionarse para aprovechar nuevas oportunidades en los sectores de exportación (Papyrakis, Covarrubias, y Verschoor, 2009). Debido al acceso desigual a los recursos económicos la comercialización y mecanización de los sectores de exportación, a menudo se traduce en la "masculinización" de estos sectores. Por ejemplo, cuando los cultivos tradicionalmente intensivos para mujeres se comercializan, los hombres pueden entrar y hacerse cargo del sector porque tienen un acceso al crédito relativamente más fácil, como sucedió con el cacahuate en Zambia y el arroz en Gambia (Fontana, 2009).

Diversas investigaciones han analizado la relación entre los microempresarios y redes

sociales a las que pertenecen y han detectado desigualdades entre los hombres y las mujeres. Aunque algunos estudios informan que las redes de mujeres son en gran medida similares a las redes de hombres en términos de tamaño, densidad y actividades (Cromie y Birley, 1992; Loscocco et al., 2009), las redes de mujeres contienen menos recursos económicos viables. Por ejemplo, estas investigaciones prueban que los hombres tienen más probabilidades de estar afiliados a asociaciones centrales que tienen más información y recursos, como las instituciones económicas (Beggs y Hurlbert, 1997; Davidsson y Honig, 2003).

En contraste, las mujeres tienden a ubicarse en organizaciones más pequeñas y más periféricas, que están asociadas con asuntos domésticos y comunitarios. Por lo tanto, sus redes no ofrecen tantos beneficios económicos (Lin, 2000). Las redes de las microempresarias están asociadas con la desigualdad estructural lo que ocasiona la desigualdad de género en términos de distribución de recursos en las redes sociales (Kim, 2014).

Metodología

La realización de este estudio se abordó bajo el enfoque cuantitativo con alcance correlacional. Se aplicó una encuesta a través de la cual se administró el cuestionario de Posada, Aguilar y Peña (2018) como instrumento de obtención de información a una muestra no probabilística de 460 directivos de micro y pequeñas empresas de Victoria, Tamaulipas en México. El alfa de Cronbach fue de 0.821.

Victoria es un municipio ubicado en la zona centro del estado de Tamaulipas, ubicado en el noreste de México, tiene 346 mil habitantes (INEGI, 2019), en relación al estado, el “octavo lugar ocupa Tamaulipas en el país con 9.1 años cursados en promedio (población de 15 años y más), que significa secundaria completa” (INEGI, 2013; pp. 14). En 2012, 1.5 millones de personas de 14 años y más en Tamaulipas eran económicamente activas y 57 de cada 100 estaban ocupadas, 65% de las cuales trabajaba en el comercio y los servicios; 27%, en la industria; 6%, en el sector agropecuario, de silvicultura o minería; y 2% no lo especificó (INEGI, 2013).

Las variables de estudio fueron el género del directivo, la satisfacción y efectividad en los resultados organizacionales, entendidos éstos como las ventas anuales, las utilidades, el número de empleados, los ingresos del negocio y el nivel de vida.

Las hipótesis que se plantearon en esta investigación fueron:

H1: Existen diferencias por género en la efectividad de las mypes de Victoria, Tamaulipas.

H2: Existen diferencias por género en la satisfacción del directivo de las mypes de Victoria, Tamaulipas.

H3: Existe relación positiva significativa entre la efectividad de las mypes y la satisfacción del directivo

La información de campo se obtuvo de febrero a marzo de 2018 a través de la encuesta administrada de manera personalizada a los directivos de las mypes. La captura de la información se llevó a cabo durante el mes de marzo del mismo año, posteriormente se procedió al análisis estadístico de la información. La información se analizó con el paquete estadístico SPSS. Se aplicó el análisis de frecuencia y tabulación cruzada para la caracterización de los directivos encuestados. Las hipótesis 1 y 2 se contrastaron a través de la técnica de diferencia de medias a través de la prueba t para muestras independientes. La

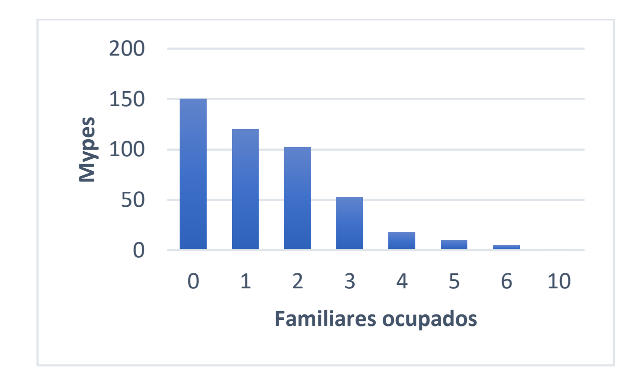
hipótesis 3 se puso a prueba a través del estadístico de correlación de Pearson.

Resultados

Los datos de caracterización de los directivos permitieron obtener como resultado que 51.1% de los encuestados son varones, 48.5% son mujeres, 63.7% son casados y 68.2% de las mypes han superado los 3 años de vida activa, entre los negocios que se encuestaron predominan los dedicados a la venta al menudeo en comercios no especializados (como misceláneas) y venta al menudeo de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados (no restaurantes), con 18.9% y 10.7%, respectivamente. La mitad de los encuestados le dedican entre 56 y 72 h a la semana a la empresa, mayor a las “41 horas a la semana que trabajaban en promedio las personas ocupadas” (INEGI, 2013; pp. 23).

71.1% de las mypes encuestadas están registradas en la Secretaría de Hacienda, más del 20% opera en la informalidad…

En relación a la cantidad de empleados que integran de manera permanente las empresas, 83% tiene menos de cinco empleados y 94.1% cuenta con menos de 10 empleados. El empleo se distribuye de la siguiente manera: 94.5% ocupa a cinco mujeres o menos, mientras que 97.8% ocupa a diez mujeres o menos. 26.1% ocupa a un familiar, 22.3% a dos familiares y 11.3% a familiares, en conjunto, en 59.8% de las mypes entre uno y tres empleados son familiares del directivo (Gráfica 1).



Grafica 1. Familiares ocupados en las mypes de Victoria, Tamaulipas.
Fuente: Elaboración propia

Con relación a lo anterior, se identificaron diferencias en el número de mujeres que trabajan en la mype y en la cantidad de empleados que son familiares de los directivos, por género, en ambos casos es mayor en las mypes dirigidas por mujeres (Tabla 1). Este resultado aporta evidencia en favor de la menor credibilidad que se percibe sobre las empresas de personal femenino o del apoyo que la mujer busca en la familia para poder llevar a cabo las diversas actividades diarias.

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Cuantas personas trabajan permanentemente	Hombre	235	4.79	6.989	.456
	Mujer	223	4.45	6.697	.448
Cuántas mujeres trabajan	Hombre	235	1.63	2.439	.159
	Mujer	222	2.95	6.095	.409
Cuántos familiares tuyos trabajan	Hombre	235	1.26	1.448	.094
	Mujer	222	1.56	1.363	.091
Cuántas personas usan computadora para su trabajo en tu empresa	Hombre	234	1.96	2.872	.188
	Mujer	221	1.52	3.456	.232
Cuántos empleados usan teléfono celular o línea telefónica para su trabajo	Hombre	234	2.86	3.574	.234
	Mujer	222	2.68	4.040	.271

Tabla 1. Medias y diferencias de diversas características de las mypes de Victoria, Tamaulipas
Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la persona que fundó la empresa, 64.1% de los encuestados indicaron ser ellos quienes fundaron el negocio, de este porcentaje, 157 fundadores fueron hombres y 137 mujeres, mientras en 41 empresas el fundador fue otra persona de la familia y ahora quién la dirige es el encuestado siendo del género masculino,

mientras que los encuestados del género femenino que se encuentran en esta situación son 45, lo permite inferir que son más varones quiénes emprenden directamente el negocio y las mujeres tienden a recibir o heredar negocios ya en funcionamiento en mayor proporción. En 18.7% de las mypes fueron los padres, hermanos, hijos o cónyuges quienes la iniciaron. Lo anterior reafirma el hecho de que las mypes de Victoria son empresas familiares.

La mayoría de las empresas ocupan un local, 83.9%, 7.4% ocupan dos locales. Los negocios familiares tienden a ser pequeños, con menos de cinco empleados, considerándose entre ellos el directivo. La necesidad de un solo local deriva también del hecho de destacar entre los encuestados negocios comerciales o de servicios como las misceláneas o abarrotes, las cuales la mayoría de las veces se ubican incluso en el domicilio familiar o parte de él.

Históricamente el papel de la mujer en diversos ámbitos estuvo relegado e incluso prohibido, por lo que se esperaba encontrar diferencias en sus resultados organizacionales y satisfacción con la empresa respecto de los varones. Sin embargo, No se encontraron diferencias significativas en los resultados organizacionales ni en la satisfacción del directivo de las mypes por género, tampoco en las horas a la semana que le dedican a la empresa (alrededor de 54 hrs) y las horas a la semana que trabajan en otra empresa (menos de 18 hrs). No obstante, se encontraron diferencias significativas en las horas a la semana dedicadas a labores del hogar, siendo las mujeres quiénes dedican mayor tiempo a estas labores (entre 18 y 36 hrs, mientras que los hombres dedican menos de 18).

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Cuántas horas a la semana le dedicas a tu empresa	Hombre	234	3.37	1.506	.098
	Mujer	220	3.11	1.420	.096
Cuántas horas a la semana trabajas en otra empresa	Hombre	231	.68	1.374	.090
	Mujer	219	.45	1.045	.071
Cuántas horas a la semana dedicas a labores del hogar	Hombre	234	.98	1.106	.072
	Mujer	222	1.73	1.337	.090
Satisfacción	Hombre	233	5.5901	.95215	.06238
	Mujer	223	5.7227	.81341	.05447

Tabla 2
Fuente: Elaboración propia.

No existen diferencias significativas en los resultados organizacionales por género del directivo

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Las ventas anuales	Hombre	228	3.43	1.130	.075
	Mujer	220	3.43	1.060	.071
Las utilidades anuales	Hombre	226	3.25	1.121	.075
	Mujer	220	3.27	.991	.067
El número de empleados	Hombre	228	2.99	.824	.055
	Mujer	217	3.00	.710	.048
Ingresos personales del negocio	Hombre	230	3.30	1.074	.071
	Mujer	217	3.30	1.017	.069
Nivel de vida que disfruto con mi familia	Hombre	229	3.29	1.095	.072
	Mujer	216	3.40	1.038	.071

Tabla 3
Fuente: Elaboración propia.

La satisfacción del directivo es vista por (autores) como una resultante de la efectividad del directivo en la mype. El análisis de correlación de Pearson entre la satisfacción y la efectividad en los resultados organizacionales arrojó un valor de 0.206, siendo significativa al 99% ($p<0.01$).

Discusión

Los resultados encontrados coinciden con los de algunos autores como Lin (2000) que encontró que las actividades empresariales de las mujeres están asociadas con situaciones domésticas, en este caso, son quiénes dedican más horas a las actividades del hogar. Por otra parte, coinciden con los encontrado por Cromie y Birley (1992) y Loscocco et al. (2009) en el mismo sentido ya que las actividades que realizan se perciben como menos relevantes o importantes y

enfocadas sólo a acciones menores o empresas de menor tamaño o giros no tan importantes.

Conclusiones

Es importante destacar la participación de la mujer en el ámbito empresarial, en la época actual en la que se tiene como objetivo en la agenda nacional la creación de empresas o el emprendimiento, la mujer es un actor clave en este sentido dado que quiénes no encuentran un empleo formal que les permita congeniar su actividad laboral con el cuidado de los hijos o del hogar tienden a emprender.

Con este análisis se lograron los objetivos planteados y se contrastaron las hipótesis predefinidas con evidencia empírica, lo que permite una contribución importante a la literatura en relación al tema de género y empresa, especialmente las micro y pequeñas. Se deducen nuevas líneas de investigación tales como la influencia del género en la percepción del nivel de vida de los directivos y la relación de la satisfacción con diversas variables relacionadas con los resultados del sistema organizacional.

Referencias

Abdulsaleh, A., & Worthington, A. (2013). Small and medium-sized enterprises financing: A review of literature. International Journal of Business and Management, 36-54.

Bădulescu, A. (2011). Start-up financing sources: Does gender matter? Some evidence for EU and Romania. The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, 644-649.

Beggs, J. J., & Hurlbert, J. S. (1997). The social context of men's and women's job search ties: Membership in voluntary organizations, social resources, and job search outcomes. Sociological Perspectives, 40(4), 601-622.

Carter, S., & Rosa, P. (1998). The financing of male–and female–owned businesses. Entrepreneurship & Regional Developmen, 10(3), 225-242.

Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women- owned small firms. Journal of Small Business Management, 45(3), 303-319.

Cromie, S., & Birley , S. (1992). Networking by female business owners in Northern Ireland. Journal of Business Venturing, 7(3), 237-251.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 18(3), 301-331.

Dumas, C. (1999). Training for microenterprise creation: The case of the Center for Women and Enterprise. International Journal of Economic Development, 1(2), 201-220.

Fontana, M. (2009). The Gender Effects of Trade Liberalization in Developing Countries: A Review of the Literature. In M. Bussolo, & R. De Hoyos, Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus: A Macro-Micro Approach (pp. 25-50).

Harrison, R., & Mason, C. (1992). International perspectives on the supply of informal venture capital. Journal of Business Venturing, 7(6), 459-475.

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). 2013. Conociendo Tamaulipas. Disponible en http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenido

s/espanol/bvinegi/productos/estudios/conociendo/TAMAULIPAS.pdf. Consultada el 16 de mayo de 2019.

Kalam, I., & Al Amin, M. (2016). Trends of women's participation in economic activity of Bangladesh: Status and disparity. European Scientific Journal, ESJ, 12(35), 50-58.

Kim, S.-M. (2014). The Impact of Gender and Social Networks on Microenterprise Business Performance. The Journal of Sociology & Social Welfare, 41(3), 49-69.

Lin, N. (2000). Inequality in social capital. Contemporary Sociology, 29(6), 785-795.

Loscocco, K., Monnat, S., Moore, G., & Lauber, K. (2009). Enterprising Women: A Comparison of Women's and Men's Small Business Networks. Gender & society, 23(3), 388-411.

Mijid, N. (2009). Gender, race, and credit rationing of small businesses: Empirical evidence from the 2003 Survey of Small Business Finances. Fort Collins: Colorado State University.

Naidu, S., & Chand, A. (2015). National Culture, Gender Inequality and Women's Success in Micro, Small and Medium Enterprises. Social Indicators Research, 130(2), 647–664.

Papyrakis, E., Covarrubias, A., & Verschoor, A. (2009). Gender and Trade: A Review of Theory and Evidence. UK: Working Paper 17, DEV Working Paper Series, The School of International Development, University of East Anglia.

Posada, R., Aguilar, O., & Peña, N. (2018). Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico. In Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico (Primera, p. 607). Ciudad de México: Editorial Fontamara. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/1DY6bXpStPts7_WYeIRcyJUyVnqvHzK7e/view

Verheul, I., & Thurik, R. (2001). Start-up capital:" does gender matter? Small business economics, 16(4), 329-346.

Artículo 7. La manufactura esbelta como herramienta de mejora del servicio al cliente.

Lean manufacturing as a customer service improvement tool.

Navarrete Fernández, Ángel Custodio; Sandoval López, Sol Karina; Amézquita Ugalde, María del Carmen; Trejo García, Leticia.

Instituto Tecnológico de San Juan del Río.

Resumen

Una herramienta que puede ayudar a lograr mejoras en las organizaciones es la implementación de la manufactura esbelta, por lo que nuestro objetivo está centrado en analizar qué tan determinante son las acciones del director de la empresa en la producción-operación y hasta donde influye la producción-operación en la gestión de ventas. El estudio es cuantitativo, no experimental de forma transversal correlacional, se utilizaron 19 ítems de un instrumento de 246 ítems y de acuerdo con los resultados se concluye que las acciones de la dirección son determinantes en las actividades de producción operación, las cuales influyen significativamente en la gestión de ventas.

.

Palabras Clave:

Dirección, Manufactura esbelta, micro y pequeñas empresas, producción-operación, servicio al cliente.

Abstract

One tool that can help achieve improvements in organizations is the implementation of lean manufacturing, so our goal is to analyze how decisive are the actions of the company director in production-operation and to where production-operation influences sales management. The study is quantitative, non-experimental in a correlational cross-cutting way, 19 items of an instrument of 246 items were used and according to the results it is concluded that the actions of the management are decisive in the production activities operation, which have a significant impact on sales management

Keywords

Management, Lean Manufacturing, Micro and Small Enterprises, Production-Operation, Customer Service.

Introducción

Actualmente las organizaciones han cambiado a un enfoque al cliente, lo que les ha permitido acaparar un mayor mercado y por ende lograr un mayor crecimiento que, si bien el enfoque al cliente no es nuevo, no todas las empresas micro y pequeñas lo han asimilado y adoptado, lo que las lleva a buscar alternativas para poder lograr mejoras sustanciales en sus procesos que las hagan más productivas mejorando con ello sus procesos.

En las pequeñas empresas el equipo directivo debe estar a favor de llevar a cabo la implementación de la manufactura esbelta y demostrar una participación activa y apoyo a su implementación. Como menciona Tejeda (2011), la implementación de la manufactura esbelta es algo más que llevar a cabo la implementación de las técnicas para realizar mejoras al proceso,

implica llevar a cabo un cambio cultural y de pensamiento en toda la organización. La manufactura esbelta se refiere a una gestión más inteligente de una organización (Pamfilie, Petcu, y Draghici, 2012), primero se tiene en cuenta las necesidades del cliente y su satisfacción mediante el uso de datos y hechos para la elaboración de estrategias a mediano y largo plazo. Uno de los aspectos más importantes de la aplicación de esta metodología es involucrar a todos los empleados en su interpretación.

Por lo anteriormente expuesto es importante determinar hasta dónde puede ser determinante las acciones que lleve a cabo el director en la producción-operación de la organización y si se emplean herramientas que pueden mejorar y lograr una mayor productividad, hasta qué punto estas influyen realmente en las ventas de la empresa para llevar a cabo su crecimiento.

Revisión de la Literatura

Dada la gran competitividad a nivel mundial ya no es suficiente con entregar productos que cumplan con las especificaciones, se requiere de ir más allá de ese cumplimiento. La manufactura esbelta permite no únicamente prever las fallas, sino también corregirlas y al mismo tiempo ahorrar o evitar desperdicios, según Thomas, Barton, y Chuke (2009) a menudo, el concepto de "ahorro" ha permitido a las empresas mejorar de una forma más eficiente sus procesos y con ello lograr ahorros considerables en la producción, sin embargo, para poder llevar a cabo una transformación de la organización con las herramientas de la manufactura esbelta, se requiere considerar la cultura organizacional y los principios de gestión que guían su filosofía (Cortez, Cortez, García, y Rodríguez, 2009), para de esta manera poder transformarla y hacerla más competitiva. Como dice Padilla (2010), son diferentes técnicas que se desarrollaron por la Compañía Toyota para poder llevar a cabo mejoras en los procesos a través de la optimización sin considerar el tipo de empresa en la cual se lleven a cabo ya que finalmente plantea la eliminación del desperdicio. La producción esbelta responde al aumento de la competencia en una economía globalizada (Yasukawa, Brown, y Black, 2014), requiere de un proceso iterativo de ajuste dentro de los procesos de trabajo para poder lograr una mayor eficiencia y mejor productividad, sin comprometer la calidad del producto, es por ello que el introducir métodos esbeltos en el trabajo implica un aprendizaje y cambios de manera constantes, no únicamente en los roles y prácticas individuales, sino de tal manera que el trabajo se organiza y se realiza en toda la empresa, no obstante, en algunas empresas en donde aún mantienen una orientación tradicional las cualidades de los productos y servicios no son evaluadas o medidas por las mismas área que los realizan (Socconini, 2014), de ahí que se pierde el enfoque sistémico y servicio al cliente. Algunos autores como Celis, Estrada, y Hermosillo, (2015); Choomlucksana, Ongsaranakorn, y Suksabai, (2015); Indrawati y Ridwansyah, (2015); Rohani y Zahraee, (2015); Santos, Vieira, y Balbinotti, (2015); consideran que la manufactura esbelta es un sistema para la mejora de los procesos de manufactura y de igual manera que es utilizado para los servicios y tiene como base el eliminar los desperdicios y las actividades que no agreguen valor a los procesos. La manufactura esbelta es una metodología a través de la cual se elimina el despilfarro considerando el uso únicamente de las actividades que añaden valor siempre desde una perspectiva del cliente (Añaguari y Gisbert,

2016; Cerón, Madrid, y Gamboa, 2015; Hartini y Ciptomulyono, 2015), esto se logra con la utilización de las herramientas desarrolladas por la manufactura esbelta, como son: 5´s, mantenimiento productivo total (TPM), cambios rápidos (SMED, por sus siglas en inglés), kanban, kaizen, heijunka, jidoka, algunas de las cuales están basadas en los principios de Edwards Deming sobre la calidad.

Las micro y pequeñas empresas requieren de este tipo de herramientas para poder lograr reducir sus costos y ser más competitivas, ofreciendo servicios de mayor calidad (Huilcapi, Mora, Bayas, Escobar, y Montiel, 2017), con ello lograr la satisfacción de los clientes; dado que a través de la implementación de la manufactura esbelta se conseguirá un posicionamiento estratégico (Ibarra y Ballesteros, 2017), por lo que es necesario conocer sus herramientas y usarlas en la reducción de los costos de operación, alcanzando esa calidad del producto final, eliminando los desperdicios (Coronado, Escobedo, Barrón, Martínez, y Estebané, 2017), sin embargo, para lograrlo se necesita un cambio en la mentalidad de la organización, entregando productos con valor agregado para el cliente. La eliminación de los desperdicios trae consigo grandes beneficios no sólo en el área, sino en toda la organización (Hernández, Zarate, y García, 2018), dado que las empresas necesitan entregar productos de calidad e incrementar su eficiencia y productividad para generar mayores ingresos, evitando los rechazos de los clientes.

Actualmente se requiere tener un enfoque al cliente (Mantilla y Sánchez, 2012), ya que es quien nos permite mantenernos en el mercado y eventualmente crecer, sin embargo, así como los cambios o modificaciones que hace el cliente afectan los procesos de la empresa, de igual forma las mejoras generan también un impacto en el cliente, por esto es que se han desarrollado diferentes técnicas de mejora en los procesos de manufactura (Fuentes et al., 2015), los cuales han sido enfocados en la mejora del servicio en beneficio de los clientes, esto ha repercutido en los tiempos de respuesta de la demanda que se convierten en metas estratégicas de los organizaciones, que se centran en la toma de decisiones para facilitar los procesos de producción (González, Marulanda, y Echeverry, 2018), pero con todo y estos beneficios, no se aplican muchas herramientas en las pequeñas y medianas empresas.

Actualmente las empresas buscan el uso más eficiente de sus recursos, al mismo tiempo que se les da un mayor valor a sus clientes (Segura y Barragán, 2018), esto representa también un menor gasto operativo; de tal manera que si se comprende el valor al cliente y se mezcla con la manufactura esbelta se puede obtener una ventaja competitiva. Por esto es necesario lograr productos y servicios sin defectos para mantener la mejora continua y la satisfacción del cliente (Chávez, Sandoval, y Viramontes, 2018), considerando al personal como eje fundamental para el desarrollo de cualquier herramienta de mejora.

Las mypes son una gran fuente de empleo (Vargas y Castillo, 2008), por lo que en los últimos años ha cambiado la visión sobre ellas siendo un componente clave en el desarrollo económico y productivo de un país, en México, las mypes centran su importancia en el personal ocupado, los productos que desarrollan y a la cantidad que representan. “La competitividad de las empresas radica en su capacidad para ganar posiciones sostenibles y mayores cuotas de mercado a partir de sus ventajas diferenciales” (Yamakawa et al., 2010), la mype es poco especializada, no sólo en el aspecto

administrativo, sino también en el productivo, que en la mayoría de las veces es a través del propietario, ya que no cuenta con mucha mano de obra, por ello, la política en México se ha transformado para enfocarse más en la competitividad (Ferraro y Stumpo, 2011), por lo que un indicador importante es la productividad laboral.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE/CEPAL/CAF, 2016) la productividad laboral, medida como el PIB producido por hora trabajada, ha ido disminuyendo durante la década pasada en América Latina, con relación a otras economías más desarrolladas. En 2016 América Latina representaba una tercera parte de la productividad laboral de los Estados Unidos, muy inferior a la registrada hace 60 años.

Metodología

La competitividad de las micro y pequeñas empresas es determinante para su crecimiento o en su defecto, mantenimiento en el mercado, para lo cual requieren de herramientas que les ayuden en el mejoramiento de sus procesos de producción-operación e impacten en sus finanzas y servicio al cliente; como menciona Bhamu y Singh (2014), los objetivos de eliminación de desperdicios y cero defectos pueden lograrse aumentando la conciencia esbelta, identificando y reduciendo las barreras, cambiando la cultura organizacional, cambiando el rol de los líderes de equipo, formando equipos multifuncionales y utilizando un conjunto de principios de manufactura esbelta junto con los sistemas verticales de información en la organización. Para Felizzola y Luna (2014), uno de los mayores retos de las organizaciones cuando se realizan proyectos es la resistencia al cambio, por lo que se debe fomentar una cultura esbelta, pero esto depende también de la dirección el llevarlo a cabo, por lo que se plantearon las siguientes hipótesis para el estudio:

H1: Las acciones directivas son determinantes en las actividades de los procesos de producción-operación.

H2: Las actividades de los procesos de producción-operación influyen en la gestión de ventas.

La investigación se llevó a cabo en el municipio de San Juan del Río, este cuenta con 12086 unidades económicas con máximo de 50 trabajadores (INEGI, 2019), de las cuales se aplicó una encuesta a 574 empresas.

Las definiciones conceptuales se presentan en la tabla 1.

Director	"Persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa" (Aguilar, Posada y Peña, 2016, p. 7).
Micro y pequeña empresa	Según la Comisión Europea (2006, p. 12) una empresa es "una entidad que ejerce una actividad económica, independientemente de su forma jurídica". De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) las microempresas ocupan hasta 10 personas y las pequeñas empresas ocupan entre 11 y 50 personas.
Producción-operación	De acuerdo con Schroeder, Meyer, y Rungtusanatham (2011), "la función de operaciones de una empresa es responsable de la producción y la entrega de bienes y servicios de valor para los clientes de la organización". Para Render y Heizer (2007), "producción es la creación de bienes y servicios. Administración de operaciones (AO) es el conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados. Las actividades que crean bienes y servicios se realizan en todas las organizaciones".
Gestión de ventas	"El proceso de administración de ventas comprende planear, implantar y evaluar las actividades de la fuerza de ventas en el contexto de los lineamientos impuestos por el plan estratégico de marketing de la compañía" (Stanton, Etzel, y Walker, 2007).

Tabla 1
Definiciones conceptuales.

El instrumento general quedó conformado con 246 ítems. Para el presente estudio, sólo se consideran 19 ítems correspondientes a la dirección, gestión de ventas y producción-operación, con una escala tipo Likert con 5 puntos de asignación de respuesta donde el 1 significa "no sé/no aplica", 2 "muy en desacuerdo", 3 "en desacuerdo", 4 "de acuerdo" y 5 "muy de acuerdo".

Para la dirección se consideraron las siguientes afirmaciones; 1. Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y enterarme de

lo que está haciendo mi competencia; 2. Me endeudo con instituciones y conocidos para hacer funcionar bien mi empresa; 3. Procuro tener dinero disponible, en efectivo o en el banco para operar bien la empresa; 4. Invierto muchas ganancias de mi empresa para hacerla crecer; 5. Tengo clara la misión y la visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla; 6. Planeo con anticipación lo que voy a gastar y cuánto debo vender para no perder dinero; Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa; Cuando tengo un problema o una idea, consulto con expertos en el tema.

En el caso de la gestión de ventas; 1. Realizo actividades para detectar y agregar nuevos clientes a la empresa; 2. Realizo actividades para vender en un área más grande o en más lugares; 3. Realizo actividades para promocionar las ventas; 4. Hago descuentos a algunos clientes para cerrar las ventas; 5. Hago cambios y adaptaciones en mis productos o servicios para cerrar algunas ventas; 6. Invierto tiempo y dinero en mejorar las relaciones con los clientes aun cuando no pretendo venderles inmediatamente.

Para la producción-operación; 1. Me enfoco mucho en la calidad de mis productos o servicios; 2. Me enfoco mucho en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe su producto o servicio; 3. Me enfoco mucho en entregar mi servicio siempre en tiempo y forma; 4. Me enfoco mucho en adaptar mis productos o servicios para satisfacer a cada cliente; 5. Me enfoco mucho en reducir mis costos en todas las áreas de la empresa.

En la tabla 2 se muestran los resultados del grado de confiabilidad del instrumento, los cuales se consideran con un alto grado de fiabilidad.

Variable	Alfa de Cronbach
Dirección	0.89
Producción-operación	0.9
Gestión de ventas	0.91
Toda la escala	0.94

Tabla 2
Resultados de confiabilidad.

El estudio es cuantitativo, no experimental de forma transversal correlacional (Hernández-Sampieri, Fernández, y Baptista, 2014).

Resultados.

De acuerdo con los resultados para la hipótesis H1, se tuvo una correlación significativa de Pearson con un valor de 0.571 a un nivel de significancia de 0.01, se realizó con la prueba Tau_b de Kendall obteniendo un resultado de 0.389 con un nivel de significancia de 0.01. En el caso de la hipótesis H2, se tuvo una correlación de Pearson de 0.567, lo que representa una correlación significativa con un nivel de significancia de 0.01, se comprobó con la prueba de Tau_b de Kendall teniendo una correlación de 0.354 con un nivel de significancia de 0.01.

Dados los resultados obtenidos se considera, por un lado, que las acciones de la dirección si son determinantes en las actividades de producción-operación. Y las actividades de producción-operación si influyen en la gestión de las ventas.

Adicionalmente, y de acuerdo con los datos recabados se tiene que los directivos si se enfocan a la calidad del producto o servicio, teniendo una mayor frecuencia entre de acuerdo y muy de acuerdo, con un promedio de 4.1986 para la pregunta uno de la variable de producción – operación (me enfoco mucho en la calidad de mis productos o servicios); de manera similar en la pregunta cuatro (me enfoco mucho en adaptar

mis productos o servicios para satisfacer a cada cliente) se tuvo un promedio de 4.0557. En el caso de la variable de gestión de ventas, la estadística muestra un promedio de 3.3223 para la pregunta 6 (invierto tiempo y dinero en mejorar las relaciones con los clientes aun cuando no pretendo venderles inmediatamente), estos resultados refuerzan los datos correlacionales, al tener un enfoque hacia el servicio al cliente.

Discusión

Las mipymes son importantes socioeconómicamente (Góngora, 2013), sin embargo, a pesar de representar la mayor parte de las empresas su productividad es baja y en la actualidad han tenido una evolución compleja considerando un entorno de negocios global (Solís, Pérez, Burgos, y Villao, 2017), es por tal motivo que se requiere de una alternativa para incrementar su productividad, si bien la manufactura esbelta no es la panacea, si ha demostrado mejoras sustanciales en diferentes organizaciones las cuales impactan en un mejor servicio al cliente y mayores ventas para la empresa, como demuestra Fuentes et al., (2015) en sus resultados, logrando mejoras en el proceso, reduciendo personal, así como el inventario, entre algunas otras mejoras, sin embargo, parte del éxito ha sido debido al compromiso de la dirección, quien es a través de sus acciones, decisiones y la forma de llevarlo a cabo; como menciona Niño y Bednarek (2010) independientemente del tamaño de las organizaciones, estas deben modificar la forma de trabajo para ser más competitivos a través de la mejora de todo lo relacionado al proceso productivo.

Las futuras lineas de investigación que se pueden presentar son: La mejora continua en la implementación de la manufactura esbelta en mypes, como eje central considerar de qué forma se puede mantener una mejora dentro de las mypes debido a las limitaciones que normalmente se tienen en recursos tanto humanos como de infraestructura; la cadena de valor en la implementación de la manufactura esbelta en las mypes, en este sentido pocas veces se llega a considerar dicha cadena de valor, teniendo como posible resultado una baja competitividad

Conclusiones

Siempre que se habla de micro y pequeñas empresas, se piensa en organizaciones poco productivas y con pocos recursos, sin embargo, si se logran aprovechar esos escasos recursos pueden llegar a ser grandes empresas, con una alta rentabilidad e integrarse a un mercado global cada vez más cambiante, pero para poder lograrlo, es necesario que se lleven a cabo mejoras constantes y ofrecer mayor calidad del servicio al cliente, por lo que son importantes las acciones que tome la dirección y los resultados que tenga en su producción-operación, ya que a través de esto podrá mejorar sus ventas y llevar a cabo las entregas a tiempo, desafortunadamente esto no siempre se puede llevar a cabo en las organizaciones a pesar de que la dirección tenga el compromiso de hacerlo. Si bien la manufactura esbelta es una herramienta para incrementar la productividad de las organizaciones ya sea de manufactura o de servicios, puede traer como consecuencia una mejora que se le da en el servicio al cliente, pero para llevarlo a cabo se requiere del compromiso de la dirección, así como del personal de la organización desarrollando una cultura organizacional orientada a la mejora continua.

Las limitaciones que se tuvieron para llevar a cabo el estudio fueron en primera instancia la recolección de datos, no siempre se está en la disposición por parte de los directivos el tomarse el tiempo suficiente para hacerlo o bien dadas sus ocupaciones no es posible el realizarlo, sin embargo, es importante para ellos tener herramientas que les indiquen cuáles son las tendencias que pueden seguir y las herramientas con las que pueden contar para hacer más productivas sus organizaciones.

Referencias

Aguilar, O., Posada, R., & Peña, N. (2016). *El estrés y su impacto en la productividad* (Primera ed). Ciudad de México: Pearson.

Añaguari, M., & Gisbert, V. (2016). Lean Manufacturing como herramienta de competitividad en las PYMES españolas. *3C Tecnología*, *5*(3), 20–29. https://doi.org/10.17993/3ctecno.2016.v5n3e19.20-29

Bhamu, J., & Singh, K. (2014). Lean manufacturing : literature review and research issues. *International Journal of Operations and Production Management*, *34*(7), 876–940. https://doi.org/10.1108/IJOPM-08-2012-0315

Celis, O., Estrada, F., & Hermosillo, F. (2015). Aplicación de la metodología lean-sigma en la solución de problemas en procesos de manufactura: caso de estudio. *Cultura Cientìfica y Tecnològica CULCyT*, (57), 199–211.

Cerón, J., Madrid, J., & Gamboa, A. (2015). Desarrollo y casos de aplicación de Lean Manufacturing. *Magazín Empresarial*, *11*(28), 33–44. Recuperado de http://revistas.usc.edu.co/index.php/magazin/article/view/659#.WMpkzlU1_IV

Chávez, J., Sandoval, G., & Viramontes, O. (2018). Barreras para la implementación de manufactura esbelta y la administración de la calidad total. *TECNOCIENCIAS Chihuhua*, *XII*(1), 27–36. Recuperado de https://vocero.uach.mx/index.php/tecnociencia/article/view/131

Choomlucksana, J., Ongsaranakorn, M., & Suksabai, P. (2015). Improving the productivity of sheet metal stamping subassembly area using the application of lean manufacturing principles. *Procedia Manufacturing*, *2*, 102–107. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.090

Comisión Europea. (2006). La nueva definición de PYME. *Guía Del Usuario y Ejemplo de Declaración*. Publicaciones de empresa e industrial.

Coronado, J., Escobedo, T., Barrón, E., Martínez, G., & Estebané, V. (2017). Marco de Referencia de la Aplicación de Manufactura Esbelta en la Industria. *Ciencia & Trabajo*, *19*(60), 171–178. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492017000300171

Cortez, D., Cortez, K., García, G., & Rodríguez, M. (2009). Factores determinantes en la implementación de manufactura esbelta utilizando la teoría del desarrollo psicosocial : caso aplicado en una empresa del sector acerero en Nuevo León (Key factors in the implementation of lean manufacturing using the theory o. *Innovaciones de Negocios*, *6*(2), 173–

188. Recuperado de http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/225

Felizzola, H., & Luna, C. (2014). Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, *22*(2), 263–277. https://doi.org/10.4067/S0718-33052014000200012

Ferraro, C., & Stumpo, G. (2011). *Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina: Entre avances innovadores y desafíos institucionales*. (N. Unidas, Ed.), *Comisión Económica para América Latina y el Caribe* (Julio, Vol. 18). Santiago de Chile: ECLAC publications. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0301-70362011000400011&script=sci_arttext&tlng=en

Fuentes, M., Flores, S., González, M., Herrera, A., Godoy, J., & Viramontes, J. (2015). Aplicación de manufactura esbelta para mejora del servicio al cliente. *CULCyT*, (55), 6–13. Recuperado de http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/991/903

Góngora, J. P. (2013). El panorama de las micro, pequeñas y medianas empresas en México. *Comercio Exterior*, *63*(6), 2–6. Recuperado de http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/754/1/El_paronama_de_las_micros.pdf

González, H., Marulanda, N., & Echeverry, F. (2018). Diagnóstico para la implementación de las herramientas Lean Manufacturing, desde la estrategia de operaciones en algunas empresas del sector textil confección de Colombia: reporte de caso. *Revista EAN*, (85), 199–218. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2058

Hartini, S., & Ciptomulyono, U. (2015). The relationship between lean and sustainable manufacturing on performance: literature review. *Procedia Manufacturing*, *4*, 38–45. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.11.012

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). Ciudad de México, México: McGraw-Hill.

Hernández, V., Zarate, P., & García, A. (2018). Mejoramiento del área de manufactura de una línea aplicando la manufactura esbelta. *Jóvenes En La Ciencia*, *4*(1), 284–288. Recuperado de http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2264

Huilcapi, M., Mora, J., Bayas, G., Escobar, D., & Montiel, P. (2017). Mejora continua, elemento de la cultura empresarial para lograr empresas esbeltas. *Pro Sciences Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, *1*(4), 27–32. https://doi.org/https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol1iss4.2017

Ibarra, V., & Ballesteros, L. (2017). Manufactura Esbelta. *ConCiencia Tecnológica*, (53), 54–58. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6407912

Indrawati, S., & Ridwansyah, M. (2015). Manufacturing continuous improvement using lean six sigma: an iron ores industry case application. *Procedia Manufacturing*, *4*, 528–534. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.11.072

INEGI. (2015). *Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos. Censos Económicos 2014*. (INEGI, Ed.), *Censos Económicos 2014*. Aguascalientes, Ags.: Censos Económicos (2014). https://doi.org/970-13-4739-0

INEGI. (2019). DENUE. Recuperado November 13, 2017, de http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

Mantilla, O., & Sánchez, J. (2012). Modelo tecnológico para el desarrollo de proyectos logísticos usando Lean Six Sigma. *Estudios Gerenciales*, *28*(124), 23–43. https://doi.org/10.1016/S0123-5923(12)70214-0

Niño, F., & Bednarek, M. (2010, November). Metodología para implantar el sistema de manufactura esbelta en PyMES industriales mexicanas. *Revista Electrónica Ide@s CONCYTEG*, *5*(65), 1284–1307. Recuperado de http://concyteg.gob.mx/ideasConcyteg/Archivos/65042010_METODOLOGIA_IMPLEM_SIST_MANUFAC_ESBELTA_PYMES.pdf

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento, OECD*. *Educación, Competencias E Innovación Para El Desarrollo*. Paris: OECD. https://doi.org/is. http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es

Padilla, L. (2010, January). Lean manufacturing manufactura esbelta / ágil. *Revista Ingenieria Primero*, *15*(15), 64–69. Recuperado de http://files.udesprocesos.webnode.es/200000028-6743f683e7/manufactura esbelta toyota.pdf

Pamfilie, R., Petcu, A., & Draghici, M. (2012). The importance of leadership in driving a strategic lean six sigma management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *58*, 187–196. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.992

Render, & Heizer. (2007). *Administración de la producción* (1a ed.). México: Pearson Educación.

Rohani, J. M., & Zahraee, S. M. (2015). Production line analysis via value stream mapping: a lean manufacturing process of color industry. *Procedia Manufacturing*, *2*, 6–10. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.002

Santos, Z. G. dos, Vieira, L., & Balbinotti, G. (2015). Lean manufacturing and ergonomic working conditions in the automotive industry. *Procedia Manufacturing*, *3*, 5947–5954. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.687

Schroeder, R., Meyer, S., & Rungtusanatham, M. (2011). *Administración de operaciones* (5th ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.

Segura, M., & Barragán, J. (2018). Generación

de valor con enfoque en la filosofía esbelta como facilitador en la percepción de valor al cliente. *Innovaciones de Negocios*, *15*(29), 127–146.

Socconini, L. (2014). *Lean company más allá de la manufactura*. Norma.

Solís, L., Pérez, O., Burgos, I., & Villao, J. (2017, April). Uso de la administración de operaciones en las Mipymes. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, *IV*(1), 181–187. https://doi.org/https://doi.org/10.26423/rctu.v4i1.243

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. (M. Toledo, J. Mares, M. Rocha, & Z. García, Eds.) (14th ed.). México, D.F.: McGraw-Hill/Inernamericana Editores, S.A. de C.V. Recuperado de https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf

Tejeda, S. (2011). Mejoras de lean manufacturing en los sistemas productivos. *Ciencia y Sociedad*, *XXXVI*(2), 276–310. Recuperado de https://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/bitstream/handle/123456789/1364/CISO20113602-276-310.pdf

Thomas, A., Barton, R., & Chuke, C. (2009). Applying lean six sigma in a small engineering company – a model for change. *Journal of Manufacturing Technology Management*, *20*(1), 113–129. https://doi.org/10.1108/17410380910925433

Vargas, B., & Castillo, C. (2008). Competitividad sostenible de la pequeña empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, *13*(24), 59–80. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733604004

Yamakawa, P., Del Castillo, C., Baldeón, J., Espinoza, L., Granda, J., & Vega, L. (2010). *Modelo tecnológico de integración para la mype peruana*. (A. Ampuero, Ed.) (Primera ed). Lima, Perú: esan ediciones. Recuperado de http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/144/Gerencia_para_el_desarrollo_16.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yasukawa, K., Brown, T., & Black, S. (2014). Disturbing practices: training workers to be lean. *Journal of Workplace Learning*, *26*(6/7), 392–405. https://doi.org/10.1108/JWL-09-2013-0068

Artículo 8. Aspectos de la percepción del desarrollo sostenible que inciden en las Pymes de un municipio del sur del Estado de Sonora

Aspects of the perception of sustainable development that affect SMEs in a municipality in the southern state of Sonora.

Acosta Mellado, Erika Ivett; Murillo Félix, Cecilia Aurora; Galván Corral, Alberto.

Instituto Tecnológico de Sonora.

Resumen

Con el objetivo de conocer los aspectos de la percepción del desarrollo sostenible que inciden en las Pymes de un municipio del Sur de Sonora en México, se aplicó la metodología de Wong (2005) para Análisis Estratégico Participativo de Desarrollo Local-Regional, encontrándose que la percepción de los sujetos investigados es positiva y de fortaleza en las dimensiones de: desarrollo económico sostenible, desarrollo social equitativo, desarrollo institucional eficiente y participativo y, tecnológico.

Palabras clave

Aspectos, Desarrollo sostenible, Pymes.

Abstract

In order to understand the aspects of the perception of sustainable development that affect SMEs in a municipality in the South of Sonora in Mexico, Wong's methodology (2005) for Participatory Strategic Analysis of Local-Regional Development was applied, finding that the perception of the subjects investigated is positive and strong in the dimensions of: sustainable economic development, equitable social development, efficient and participatory institutional development and, technological.

Keywords

Aspects, Sustainable Development, SMEs.

Introducción

De acuerdo con la Organización Mundial de las Naciones Unidas, Larrouyet (2015) establece que “el desarrollo es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de los recursos y sistemas naturales”. El uso de los recursos estaría cimentado en una tecnología que considera los aspectos culturales y los derechos humanos. Servicios como la educación, vivienda, salud y nutrición serán de fácil acceso para todos los grupos sociales, además de existir organizaciones que conserven sus culturas y hagan respetar sus tradiciones.

Es este marco conceptual quien cobija el término de desarrollo sustentable, dado a conocer mundialmente a partir del informe, cuyo nombre original es, “Nuestro Futuro Común”, publicado en 1987 con motivo de la preparación para la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, realizada en Río de Janeiro, Brasil, en 1992. Al concepto de desarrollo se le adiciona la sustentabilidad y es entonces que se define el desarrollo sustentable como “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”. Así mismo, se establece que para lograrlo hay que tomar en cuenta los factores implícitos en esta definición: bienestar, desarrollo, medio ambiente y futuro.
El desarrollo sustentable considera pasar de un desarrollo ideado en términos cuantitativos -fundamentado en el crecimiento económico- a uno de tipo cualitativo, donde se vinculan aspectos económicos, sociales y ambientales, en un renovado marco institucional democrático y participativo, preparado para aprovechar las oportunidades que supone avanzar simultáneamente en estos tres ámbitos, sin que el avance de uno signifique ir en deterioro de otro.

A pesar de que en el Informe de Brundtland (1987), denominado así al cierre de su elaboración, se especifica lo que es desarrollo sustentable, el tema queda abierto a distintas interpretaciones para hacerlo operativo. En un sentido general, la estrategia para su operación tiende a promover las relaciones armoniosas de

los seres humanos entre sí y entre la humanidad y la naturaleza. La consecución de un desarrollo sustentable requiere:

• un sistema político democrático que asegure a sus ciudadanos una participación efectiva en la toma de decisiones;
• un sistema económico capaz de crear excedentes y conocimiento técnico sobre una base autónoma y constante;
• un sistema de producción que cumpla con el imperativo de preservar el medio ambiente;
• un sistema tecnológico capaz de investigar constantemente nuevas soluciones;
• un sistema internacional que promueva modelos duraderos de comercio y finanzas; y,
• un sistema administrativo flexible y capaz de corregirse de manera autónoma.

Antes de continuar, es importante esclarecer la diferencia entre los términos sustentable y sostenido, de acuerdo a la información publicada por el gobierno de México, a través de la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2008), éste puntualiza que, según las raíces de las palabras, sustentable y sostenible no significan lo mismo, sin embargo, durante mucho tiempo se han empleado ambos términos como sinónimos. Lo sustentable se aplica a la argumentación para explicar razones o defender, en tanto que lo sostenible es lo que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos. Esta última característica es propia del desarrollo sostenible, concepto que se aplica desde 1987. Es por ello que en este documento se utilizara el término de desarrollo sostenible para efectos de contribución a la literatura.

Retomando, pese a los esfuerzos en la búsqueda del equilibrio hombre-naturaleza, a escala global y local, es necesario fortalecer el papel y la capacidad de las localidades en la implantación de programas que permitan la aproximación a territorios más sostenibles. Si bien desde la década de los años setenta se habla de la necesidad de una concepción del desarrollo más sostenible es solo a principios de los años noventa que se habla de un desarrollo local sostenible, según el cual el territorio local asume la responsabilidad de gestionar la sostenibilidad del desarrollo.

Lisio (1999), expone que a partir de esta época, se ha producido un avance importante en el desarrollo de estrategias de sostenibilidad local y particularmente urbanas, las cuales trazan principalmente dos tipos de estrategias para alcanzar el desarrollo sostenible: las basadas en la firma de acuerdos y tratados internacionales; y las que partiendo de las realidades locales tratan de concertar actividades, que pretenden incidir en el ámbito nacional y regional.

En esta misma dirección Wong (2005), afirma que en varias partes del mundo han surgido iniciativas de desarrollo local que tienen como propósito potenciar los factores con los que cuenta cada comunidad en la búsqueda de un desarrollo endógeno. De acuerdo a visiones actuales del desarrollo endógeno, éste constituye un instrumento útil para interpretar la dinámica de las regiones para proponer medidas que estimulen el crecimiento en un contexto de amplia interacción exógena. De esta forma, el diseño de estrategias de desarrollo local incide sobre estos procesos, lo que permite a las regiones responder a desafíos planteados por la globalización.

Por lo que se requiere llegar a identificar los factores que pueden desatar un proceso de desarrollo amplio de la región o localidad. Cuando el crecimiento económico de una región depende de manera amplia para su evolución, del comportamiento de agentes y factores externos, una estrategia de desarrollo regional endógeno, que intenta potenciar y revalorizar las capacidades y factores locales, parece ser de gran utilidad para retomar la dirección de los procesos económicos y sociales.

En este contexto local aparecen las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), consideradas como el principal motor de la economía, ya que ellas contribuyen de manera importante a la generación de empleos. Para la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), en México son la columna vertebral de la economía mexicana. La revista Forbes en 2018, publicó que de acuerdo con datos oficiales, existen 4.2 millones de unidades económicas en México. De ese universo, el 99.8% son consideradas Pymes, las cuales aportan 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 78% del empleo en el país.

Las Pymes como motor de la economía mexicana siempre han desempeñado un papel importante en los procesos de crecimiento económico; generación de empleo y son un soporte a los ciclos económicos debido a la capacidad de flexibilidad. Por consiguiente, la gestión de la Pymes se convierte en un elemento esencial para lograr la perdurabilidad y sostenibilidad. Las empresas se enfrentan a un escenario competitivo donde el acceso a cualquier recurso para su funcionamiento requiere de grandes esfuerzos debido a los limitantes que son propios de estas organizaciones.

En el estudio demográfico del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre Esperanza de vida de los negocios en México, de 2016, se establece que una empresa, tras ser creada, tiene una expectativa de vida de 7.8 años, según el promedio a nivel nacional. Las cinco entidades donde las Pymes tienen mayor esperanza de vida luego de haber sido creadas son Yucatán (9.1 años), Querétaro (8.8 años), Baja California Sur (8.4 años), Zacatecas y Sonora (8.1 años en ambas). En contraparte, en los cinco estados donde las empresas tienen menor esperanza de vida tras nacer son Tabasco (5.3 años), Guerrero (5.7 años), Veracruz (6 años), Morelos (6.1 años) y Michoacán (6.3 años).
Si logra sortear el primer año de vida, esa expectativa aumenta a 8.2 años, mientras que si sobrevive sus primeros 5 años, lograría alargar su existencia a los 9.9 años, y a 12.5 años, si pervive su primera década. En este sentido, las Pymes del sector Manufacturero son las que mejores perspectivas muestran, ya que una empresa de recién creación perteneciente a ese segmento tendría una expectativa de vida de 9.7 años; las del sector Comercio, en contraste, son las que ofrecen un panorama más incierto con una esperanza de vida de 6.9 años tras su inicio. Por otra parte, es interesante el porcentaje de supervivientes, puesto que de cada 100 negocios que se lanzan en el país (de todos los sectores), sólo 67 alcanzan el año, y de ese total, únicamente 35 tienen éxito en llegar a los 5 años de vida. Información recuperada de https://www.pymes.consulting/blog/cual-es-la-expectativa-de-vida-de-una-pyme-mexicana-al-nacer.

En estas primeras páginas se han abordado dos temáticas centrales a analizar, el desarrollo sostenible local y las Pymes; como se ha mencionado existen diversidad de estrategias a desplegar en búsqueda de un desarrollo sostenible, todas ellas impactando en la percepción de los habitantes de una localidad, dado lo anterior se requiere saber ¿Cuáles aspectos de la percepción del desarrollo sostenible inciden en las Pymes?

Por lo que la presente investigación se desarrolla con el objetivo de conocer los aspectos de la percepción del desarrollo sostenible que inciden en las Pymes de un municipio del Sur de Sonora en México, a través de la metodología de Wong (2005) para el análisis estratégico participativo de desarrollo local-regional.

Este estudio se considera pertinente, ya que al llevar a cabo su objetivo podrá beneficiar a las empresas que conforman las Pymes de un municipio del sur de Sonora, proporcionándoles una perspectiva de análisis sobre los factores que contribuyen a su desarrollo desde el ámbito de la sustentabilidad.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación generará reflexión y discusión sobre el conocimiento existente del área desarrollo empresarial, desde la perspectiva de la sustentabilidad. Cabe señalar que no se pretende definir, ni explicar en su totalidad los factores que afectan el desarrollo empresarial de las Pymes, lo que se llevara a cabo es un estudio sobre la relación e impacto que tienen ciertos factores específicos de sustentabilidad en las Pymes que conforman una comunidad en el sur de Sonora.

Revisión de la Literatura

Las teorías del crecimiento endógeno, consideran el progreso técnico como una variable endógena que puede ser manipulada por los agentes económicos, a través de decisiones sobre inversión en tecnología. Para sus estudiosos, tanto el capital humano como el conocimiento general tienen la capacidad de generar nuevo conocimiento. En este aspecto es importante subrayar que algunas teorías explicativas del fenómeno subdesarrollo ya

direccionaban a variables endógenas que debían ser manipuladas para lograr superarlo.
La teoría de Prebisch y otros autores de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de los años cincuenta y sesenta, señalaron que entre los países periféricos latinoamericanos y los países centrales existen características estructurales diferentes, las cuales originan que los latinoamericanos perpetúen bajos niveles de productividad y ahorro. La solución a esta situación serían políticas públicas adecuadas para la creación de estructuras productivas. Con ello también se crearían los factores de producción carentes en las economías latinoamericanas.

De nuevo las teorías del crecimiento endógeno de los años noventa traen a la discusión, en primer término, la idea de que el proceso de crecimiento resulta de decisiones particularmente de inversión en tecnología. En segundo término, el planteamiento de que no se puede suponer que se produzca una convergencia entre las tasas de crecimiento de economías con distinto grado de desarrollo a partir de procesos de apertura comercial, ya que las economías parten de diferentes bases tecnológicas.

Los modelos de crecimiento endógeno exhortan la intervención a través de políticas públicas. Romer (1993) afirma que las políticas públicas en los países rezagados son fundamentales para la formación del capital humano requerido con el fin de acelerar el crecimiento. El papel central del Estado es la construcción de la base interna necesaria, por la vía del sistema de educación y los marcos institucionales, de forma tal que el mejoramiento del capital humano resulte rentable para las empresas privadas.

Para ultimar esta revisión que permite examinar el fenómeno subdesarrollo en sus condicionantes internas, se debe añadir el valioso aporte de la escuela evolucionista. Éste se caracteriza por el valor que atribuye al progreso técnico y, en específico, al marco institucional en que el mismo se produce, así como al papel de la demanda en el crecimiento económico. Por ejemplo, Nelson (1982), citado por Suñol (2006), hace una significativa contribución teórica a través de la incorporación del cambio tecnológico en el crecimiento económico.
Por otro lado, se dice que el desarrollo sustentable debe combinarse con el crecimiento económico, con el fortalecimiento de la competitividad, con una mejor gestión de la naturaleza y con la biodiversidad, así como con un descenso, en términos absolutos, de las emisiones peligrosas para el medio ambiente. Esta concepción apuesta por un “crecimiento inteligente” de la economía, suponiendo que disminuye la presión general sobre el medio ambiente. Se sostiene que es natural que la humanidad luche por el continuo crecimiento de la producción y el consumo. El crecimiento económico se considera vital para el desarrollo sustentable del mundo.

Paradójicamente, durante las últimas décadas de creciente internacionalización y globalización de la economía, el desarrollo local ha sido revalorizado. Este proceso se ha presentado no sólo en el ámbito económico, sino también en lo social, institucional y cultural. En este tenor, en diversas partes del mundo han surgido iniciativas de desarrollo local que tienen como intención potenciar los factores con los que cuenta cada comunidad en la búsqueda de un desarrollo endógeno. De acuerdo a los enfoques actuales del desarrollo endógeno, éste constituye un instrumento útil para explicar la dinámica de las regiones y proponer medidas que estimulen el crecimiento en un contexto de amplia interacción exógena. De esta forma, el diseño de estrategias de desarrollo local incide sobre estos procesos, lo que permite a las regiones responder a desafíos planteados por la globalización, Wong (2005).

En este sentido, potenciar las capacidades locales de desarrollo que detone un proceso sostenido y sustentable de crecimiento implica identificar los factores que pueden desatar un proceso de desarrollo amplio de la región o localidad. Cuando el crecimiento económico de una región depende en gran medida para su evolución, del comportamiento de agentes y factores externos, una estrategia de desarrollo regional endógeno, que intenta potenciar las capacidades y factores locales, parece ser de gran utilidad para retomar la dirección de los procesos económicos y sociales.

En conclusión, el enfoque de desarrollo local percibe el desarrollo de manera integral y multidimensional (economía, sociedad, cultura, ambiente, instituciones, etc.), impulsado desde los gobiernos y decidido de manera participativa y consensuada. Asimismo, se le reconocen las virtudes para potenciar el desarrollo endógeno, impulsar la autogestión y el empoderamiento de los procesos de desarrollo de parte de los agentes locales. A través de la visión del desarrollo local se busca constituir una visión compartida de construcción colectiva del futuro de las comunidades y regiones. En ese sentido, dicha visión colectiva permite unir esfuerzos, pensando el mundo desde el territorio.

Metodología.

La metodología utilizada para efectos de esta investigación es la de análisis estratégico de carácter participativa planteada por Wong (2005), ésta permite una auto-valoración de los factores claves de análisis y, plantea la participación de actores sociales locales e indicadores clave de interés particular. Bajo este esquema, la metodología contempla dos tipos de variables de desarrollo local: a) los básicos de carácter general a toda comunidad/región; y b) los específicos de interés particular.

La elección del instrumento de medición utilizado fue el cuestionario, siendo el mecanismo mayormente usado para recolectar datos, el cual consiste en un grupo de preguntas referentes a una o más variables, con un total de 71 preguntas. Los niveles de medición utilizados para los ítems que integran el cuestionario son de orden de escala. El método de escalamiento es de tipo Likert (1932) en Hernández, Fernández y Baptista (2010), éste refiere a un conjunto de ítems presentados en forma de afirmación o juicio, en donde se le pide al sujeto o encuestado que externe su reacción eligiendo uno de los seis puntos de la escala, y a cada punto le corresponde un valor numérico. De tal manera que al final, sumando todas las puntuaciones obtenidas en relación a las afirmaciones, el entrevistado obtiene una puntuación total. La puntuación mínima para los ítems fue de uno y la máxima de seis.

La estructura para el análisis estratégico está basada en cuatro ámbitos fundamentales del desarrollo local-regional: 1). Desarrollo económico sostenible; 2). Desarrollo social equitativo; 3). Desarrollo ambiental sustentable; 4). Desarrollo institucional eficiente y participativo. A su vez, cada ámbito se compone de categorías y variables de desarrollo local consideradas de mayor relevancia. Cabe señalar que por acuerdo con los actores involucrados en el estudio, la dimensión ambiental fue extraída y analizada de manera independiente; además de los ámbitos fundamentales se adicionó una dimensión más relevante a la investigación, la de Tecnología.

En la siguiente Tabla se presentan una descripción de los ámbitos considerados para efectos de esta investigación y las unidades de medición utilizadas (los ítems faltantes corresponden a la dimensión ambiental) en el cuestionario:

Dimensión	Conceptos	Unidad de medición
Desarrollo económico sostenible	Blanchard (2006), lo define como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se centra en mantener el proceso de desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural, Castaño (2013).	Escala Likert ítems del 1 al 26
Desarrollo social equitativo	Para Diaz (2003), consiste en reconocer el derecho a un acceso equitativo a los bienes comunes para todos los seres humanos, en términos intra-generacionales e inter-generacionales, tanto entre géneros como entre culturas. La dimensión social, remite de manera especial, al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y que tienen como base la religión, la ética y la propia cultura. Asimismo, esta dimensión tiene como referente obligatorio a la población, y presta especial atención a sus formas de organización. También se refiere a las interacciones entre la sociedad civil y el sector público.	Escala Likert ítems del 27 al 46
Desarrollo institucional eficiente y participativo	Un sistema de instituciones que les permite producir los bienes públicos y generar las relaciones de cooperación entre los actores, que impulsan el aprendizaje y la innovación. Streeck (1991)	Escala Likert ítems del 60 al 78
Tecnológico	La dimensión tecnológica implica la búsqueda y el desarrollo de tecnologías más eficientes y limpias en países en vías de rápida industrialización.	Escala Likert ítems del 79 al 84

Fuente: Elaboración propia (2019), con datos obtenidos de diferentes autores citados en la tabla.

La población estudio está compuesta por 20,666 sujetos de investigación, dato proporcionado por el H. Ayuntamiento de Etchojoa al inicio de la investigación en Mayo de 2019. Para determinar el tamaño de la muestra, de acuerdo con Morales (2012), se utilizó el tipo de muestreo probabilístico y dentro de él se eligió el aleatorio simple. Conociendo el tamaño de la población, la muestra necesaria es más pequeña y su tamaño se determina mediante la fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2 (N-1)}{z^2 pq}}$$

dónde:

n = tamaño de la muestra que se desea conocer.

N = tamaño conocido de la población, e, z y pq (o σ2) como antes.

$$n = \frac{20{,}666}{1 + \frac{.03^2\ (20{,}666\ -1)}{1.96^2\ (.25)}}$$

$$n = 377$$

Para medir la confiabilidad del instrumento se utilizó el alfa de cronbach, en cuanto a su valor, puede tener variaciones entre cero y uno, a medida que se acerca a uno indica una mayor fiabilidad; según un consenso general sobre el límite inferior del alfa es de 0.70, pudiendo bajar hasta 0.60 solo en casos de investigaciones exploratorias (Agresti y Finlay, 1986). Como se observa en la Tabla 2, los resultados obtenidos del alfa de cronbach para las variables, no presentan valores por debajo de .600, por tal motivo se infiere que los resultados manifiestan consistencia interna; esto es, muestran correlación entre las preguntas del instrumento.

Dimensión	Alfa de cronbach
Desarrollo económico sostenible	.902
Desarrollo social equitativo	.879
Desarrollo institucional eficiente y participativo	.912
Tecnológico	.831

Fuente. Elaboración propia (2019), con datos obtenidos del SPSS 21.

El análisis valorativo de las variables de desarrollo local se hará con base en una ponderación que posee una escala de seis valores y tres niveles espaciales. La escala de valores es como sigue: 1. Nulo/inexistente; 2. Muy bajo: 3. Bajo; 4. Medio/ mínimo aceptable; 5. Alto; 6. Muy alto. Con el fin de tener una visualización gráfica de los resultados que ayude a una rápida comprensión de las variables o ámbitos analizados, se ha diseñado un esquema de "telaraña". Esta puede graficar el estado en un periodo específico, de un ámbito particular, sus categorías y variables, o los cuatro ámbitos en conjunto.

Resultados

En las siguientes gráficas se muestran los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento.

El desarrollo económico sostenible divide sus resultados en dos categorías; la primera muestra las variables que conforman la Estructura Económica, Agentes e Innovación, cuyos resultados de la percepción muestran valores superiores a la media, esto indica que los habitantes del municipio tienen una percepción positiva para el desarrollo favorable de las Pymes en su territorio. Ellos indican que existe en su comunidad una actitud emprendedora y proactiva en beneficio de la misma; así mismo, señalan que los agentes económicos buscan innovar en sus procesos; además de que existen condiciones laborales y de negocios favorables. Ver Figura 1.

La segunda categoría denominada Infraestructura, servicios y accesibilidad, afirma que como localidad cuentan con una buena imagen para atraer inversiones, además de contar con la infraestructura de varios tipos necesaria para la operación de las Pymes y, accesibilidad en el contexto regional; aceptando la existencia de centros de información, instituciones de investigación y de enseñanza superior que refuerzan su capacidad de respuesta ante cualquier necesidad empresarial. Ver Figura 2.

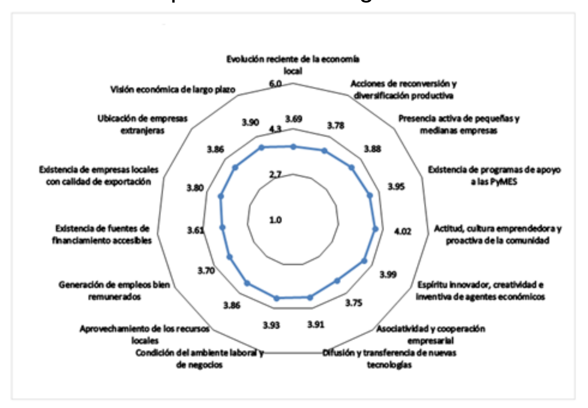


Figura 1. Estructura Económica, agentes e innovación
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

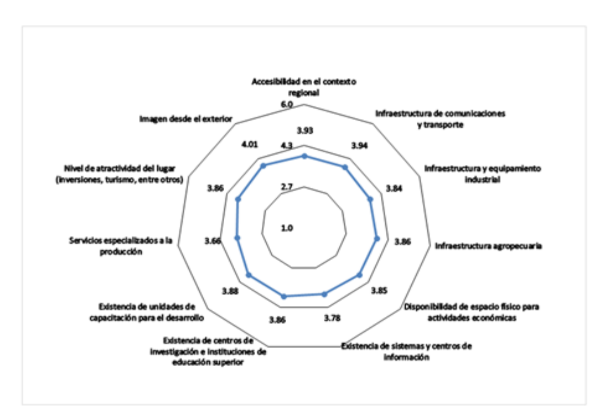


Figura 2. Infraestructura, servicios y accesibilidad.
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

Los resultados de la dimensión de desarrollo social equitativo se reflejan en las Figuras 3 y 4. La primera de ellas da a conocer los resultados obtenidos en la categoría calidad de vida y recursos humanos, en ésta se constata que la percepción de los encuestados es positiva, ya que observan que en su región existe personal altamente calificado para desempeñar las funciones requeridas en una Pyme, con los conocimientos necesarios para mantener activas a las organizaciones; por otro lado, señalan que es necesario, sin considerarlo como una debilidad, mejorar los servicios de orden público para lograr captar mayor inversión en la localidad.

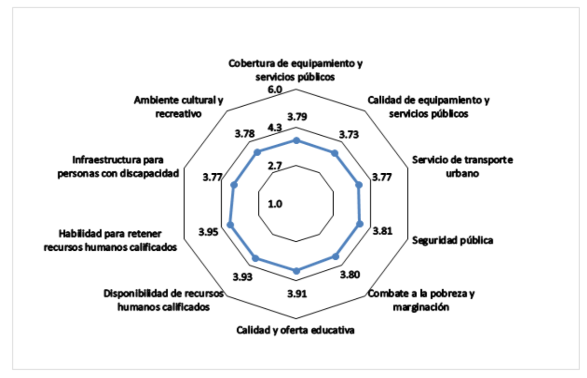


Figura 3. Calidad de vida y recursos humanos.
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

La segunda, establece que los habitantes perciben entre ellos figuras de liderazgo local; respeto e impulso del patrimonio histórico y cultural; condiciones favorables de inclusión social; fuerte arraigo de la cultura e identidad local, aspectos que contribuyen a un desarrollo social equitativo e impulsa la cultura de pertenencia en los clientes de las Pymes.

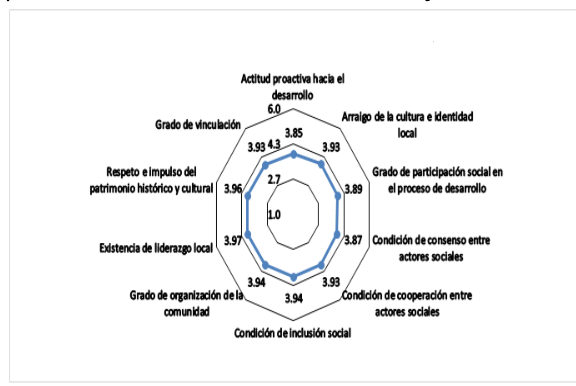


Figura 4. Cohesión social, organización e identidad territorial.
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

La dimensión institucional eficiente y participativa es abordada en las Figuras 5 y 6. La número 5 refiere a la perspectiva que tienen los ciudadanos respecto a la eficiencia operativa de la administración pública, donde aún se reflejan signos de confianza en la transparencia y democracia en la toma de decisiones; así mismo, mencionan que el Estado, ha simplificado y regulado trámites administrativos para la apertura de nuevas empresas; además de haber descentralizado la estructura institucional a beneficio de la comunidad.

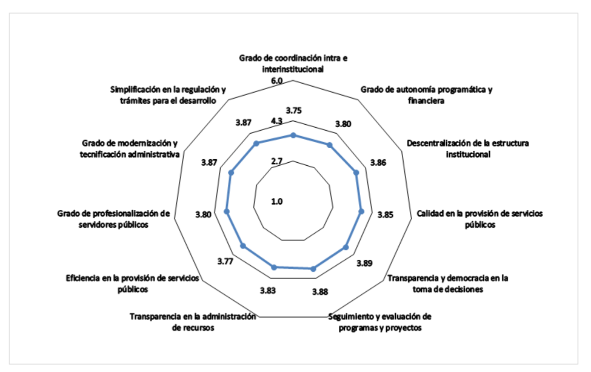


Figura 5. Eficiencia operativa local.
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

La Figura 6 revela los aspectos de institucionalización y planeación estratégica, en ella se puede ver, que según los encuestados existe promoción y fomento del desarrollo local; afirmando también que existen instancias para la cooperación público-privadas; y la conformación de fondos regionales de inversión.

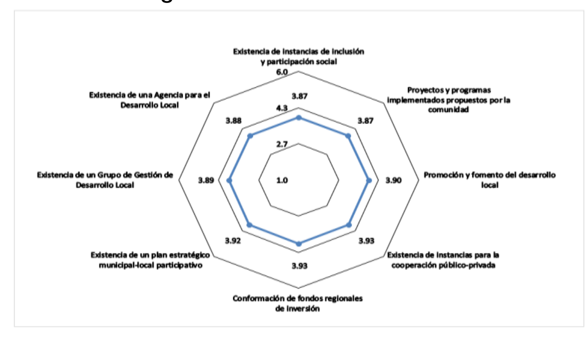


Figura 6. Institucionalización y planeación estratégica.
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

Por último la dimensión tecnológica, medida a través de la categoría de infraestructura tecnológica se suma al nivel de percepción positivo de los sujetos de investigación, ya que establecen que hay un buen nivel de accesibilidad a la infraestructura tecnológica y su aprovechamiento; además que se cuenta con

una visión tecnológica de largo plazo, lo que ayuda en el incremento del uso de las tecnologías a nivel empresarial.

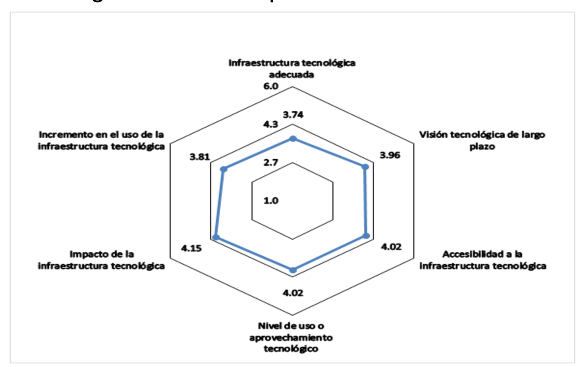


Figura 7. Infraestructura tecnológica.
Fuente: Elaboración propia, (2019) con datos obtenidos de las encuestas.

Discusión

En un estudio realizado por García (2016), sobre los factores que impiden la sostenibilidad de las microempresas en el sector comercio en Armenia Quindío, se concluye que uno de ellos es la falta de escolaridad de los empleados, contrario a los resultados obtenidos en esta investigación. Por otro lado, referente a la metodología empleada, se puede establecer que hay una clara diferencia de entendimiento conceptual con el termino sostenible, para ejemplificar esto, se puede consultar la investigación de Ramos (2006), donde se ha utilizado como referente un modelo de crecimiento financiero, evitando así la posible comparación de resultados.

Conclusiones

En el desarrollo del presente escrito se puede ver que la percepción de los sujetos investigados es positiva y de fortaleza en las dimensiones de: desarrollo económico sostenible, desarrollo social equitativo, desarrollo institucional eficiente y participativo y, tecnológico. La limitación principal encontrada en este estudio es la falta de interés por contestar la encuesta, pudiendo derivarse de la cantidad de reactivos contenidos en ella y la complejidad de los términos utilizados.

Referencias

Agresti, A., y Finlay, B. (1986). Statistical methods in social research. San Francisco, Dellon, 315 356.

Arana, David (2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. [fecha de Consulta 08 de Noviembre de 2019]. Disponible en línea en: https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/

Blanchard, O. 2005. European Unemployment; The Evolution of Facts and Ideas. Working Paper 11750 http://www.nber.org/papers/w11750

de Brundtland, I. Desarrollo Sostenible. Disponible en línea en http://desarrollosostenible. wordpress. com/2006/09/27/informe-brundtland.

De Lisio, A. (1999). Desarrollo sustentable: opciones y limitaciones para América Latina y el Caribe. Cuadernos del CENDES, (42), 1-23.

Díaz-Bautista, A., Aviles, J. A., & Chimal, M. A. R. (2003). Desarrollo económico de la frontera norte de México. Observatorio de la economía latinoamericana, 29-36.

García Garzón, J. (2016). Factores que impiden la sostenibilidad de las microempresas en el sector de comercio en Armenia, Quindío (Master's thesis, Universidad EAFIT).

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación.

Larrouyet C., Maria Cristina (2015). Desarrollo sustentable. Origen, evolución y su implementación para el cuidado del planeta. (Trabajo final integrador). Universidad Nacional de Quilmes,

Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/154

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of psychology.

Morales Pérez, Milagros (2006). El desarrollo local sostenible. Economía y Desarrollo, 140(2), undefined-undefined. [fecha de Consulta 11 de Noviembre de 2019]. ISSN: 0252-8584. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4255/425541310004

Morales, P. (2012). Tamaño necesario de la muestra:¿ Cuántos sujetos necesitamos. Estadística aplicada a las Ciencias Sociales, 24, 1-24.

Ojeda Cota, Alma Lidia (2016). Estrategias para el desarrollo local sostenible en México: el caso del municipio de la Paz, BCS. [fecha de Consulta 09 de Noviembre de 2019]. Disponible en línea en: http://rep.uabcs.mx/bitstream/23080/167/1/te3461.pdf

Pymes Consulting. ¿CUÁNTO VIVE UNA PYME EN MÉXICO?. fecha de Consulta 08 de Noviembre de 2019]. Disponible en línea en: https://www.pymes.consulting/blog/cual-es-la-expectativa-de-vida-de-una-pyme-mexicana-al-nacer

Ramos, C. G. (2006). Factores determinantes de la sostenibilidad del crecimiento empresarial. Pecvnia: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León, (3), 21-44.

Sanchez, Jose. Cuento de cuentas. [fecha de Consulta 08 de Noviembre de 2019]. Disponible en: https://www.condusef.gob.mx/Revista/PDF-s/2015/180/cuento.pdf

Streeck, W. (1991). "On the Institutional Conditions of diversidied quality production". E. Matzner y W. Streeck. (eds.), Beyond Keynesianism. Aldershot: Elgar.

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, (2018). Diferencia entre sustentable y sostenible. [fecha de Consulta 12 de Noviembre de 2019]. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/semarnat/articulos/diferencia-entre-sustentable-y-sostenible

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. Ciencia y sociedad.

Wong, P. (2005). Propuesta metodológica para el análisis estratégico participativo de desarrollo local-regional. México: Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, AC (CIAD, AC).

.

Artículo 9. La capacitación como medida cautelar en el combate a la corrupción en la micro y pequeña empresa.

Training as a precautionary measure in the fight against corruption in micro and small enterprises.

Trujillo Martínez, Verónica Elizabeth; Mendoza Gómez, Laura Thaigi; Morales Pérez, Alejandro Jesús; Vicente Yescas, Roberto.

Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

Resumen

El artículo muestra los resultados de la investigación realizada en las MyPE's de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca y la propuesta de capacitación para apoyar en el combate a la corrupción de estas comunidades. El objetivo es analizar la relación que existe en tres ejes: a) capacitación; b) corrupción y c) desarrollo económico de las mismas. El método utilizado en la investigación es de tipo cuantitativo correlacional. Se analizaron 5 ítems relacionados con la percepción que tienen los empresarios sobre la corrupción que afecta a su empresa y 19 ítems relacionados con la experiencia del empresario con la corrupción y las instituciones gubernamentales, esta información fue tomada de 540 cuestionarios aplicados en los municipios antes mencionados. Se identificó que si existe una relación entre las variables analizadas y una tendencia que a mayor capacitación menor grado de corrupción y mayor desarrollo económico en las MyPE´s.

Palabras clave

Capacitación, Corrupción, Empresa, Desarrollo económico.

Abstract

The article shows the results of the research carried out in the MyPE's of the municipalities of San Pablo Huixtepec and Zimatlán de Alvarez Oaxaca and the proposal of training to support in the fight against corruption of these communities. The objective is to analyze the relationship that exists in three axes: (a) training; (b) corruption and (c) economic development. The method used in research is correlational quantitative type. We analyzed 5 items related to the perception of entrepreneurs about the corruption affecting their company and 19 items related to the experience of the entrepreneur with corruption and government institutions, this information was taken from 540 questionnaires applied in the aforementioned municipalities. It was identified that if there is a relationship between the variables analyzed and a trend that there is a greater degree of corruption and greater economic development in micro and small enterprises.

Keywords

Training, Corruption, Business, Economic Development.

Introducción

Las MyPE´s cobran vital importancia dentro del ecosistema empresarial del país, así como de su desarrollo económico. El 99.8 de las empresas existentes en México son MyPE´s, estas generan alrededor de 71.4 empleos y contribuyen únicamente con el 52% del PIB (INEGI 2009).

Uno de los desafíos que se tienen como nación es lograr el fortalecimiento, posicionamiento, crecimiento y expansión de las empresas, así como un aumento de la productividad en las mismas, para lograr un crecimiento económico como país.

Hoy las estadísticas hablan por sí solas, según Endeavor (2013) México requiere 8.8 millones de nuevos empleos para satisfacer la necesidad de empleos de los mexicanos, dada la realidad nacional se hace necesario crear nuevas fuentes de empleo y nuevos emprendimientos, así como estrategias que hagan a las empresas más productivas e innovadoras, capaces de adaptarse a las nuevas necesidades del mercado.

Las empresas en México viven diversos obstáculos que impiden su desarrollo y crecimiento, entre ellas: las prácticas informales, las altas tasas de impuestos, el bajo nivel de acceso al financiamiento, el crimen y la delincuencia, las cargas administrativas y la falta de información (Cfr. OCDE, 2013; World Bank, 2014, INADEM 2013).

Los problemas antes presentados, no solo funcionan como desmotivantes para las empresas, sino que la consecuencia más grave es que se obstaculiza el crecimiento de la organización entre otros, originando que “de cada diez nuevas empresas que se abren, sólo dos subsisten después de los primeros dos años de operación” (Hernández, 2014).

Los MyPE´s mexicanas han catalogado a la corrupción como obstáculo principal de su desarrollo porque probablemente detona problemas en la capacidad para competir en el mercado, los tiempos de respuesta a los consumidores finales siendo en muchos casos la ineficacia e ineficiencia de las instituciones gubernamentales las causantes de tales consecuencias.

En Oaxaca, las actividades económicas están basadas en el comercio formal e informal, sobresaliendo los servicios gastronómicos y turísticos, la agricultura, ganadería, productos y subproductos pecuarios, las actividades forestales y el ecoturismo. Tanto en el municipio de Zimatlán de Álvarez como en el de San Pablo Huixtepec, más de la mitad de la población se encuentra concentrada en la cabecera municipal, originando que la mayor actividad comercial se presente en esta zona. Ambos municipios se encuentran entre los principales expulsores de mano de obra hacia los Estados Unidos de Norteamérica, provocando esto un aumento en la población femenina en la última década, rebasando el 60% de la población joven.

Solo en el estado Oaxaca el 48% de las empresas enfrentaron actos de corrupción con el Gobierno en el periodo de Enero a Marzo del 2019 (INEGI, 2017). Oaxaca ocupó el sexto lugar con el 61% de las empresas que enfrentaron actos de corrupción con el Gobierno (COPARMEX, 2019). De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en Oaxaca el costo promedio de enfrentar actos de corrupción fue de dos mil pesos por persona, es decir alrededor de 783 millones 440 mil pesos durante el 2017, esto ocurre en actividades como la realización de pagos, trámites o solicitudes de servicios públicos y otros contactos con autoridades.

La tasa de actos de corrupción en el estado de Oaxaca aumento 27.6 por ciento en el año 2017 respecto a la medición realizada en 2015, informó el INEGI. Al final la corrupción es una consecuencia altamente costosa para las MyPE´s pues obstaculiza la competitividad y crecimiento, la gran mayoría de las veces por

falta de información y capacitación en las empresas.

Revisión de la literatura

La capacitación como generador de desarrollo empresarial e incluso personal, es innumerable, pero enfocados a la relación de la capacitación con la corrupción y el desarrollo económico se puede hablar de Siliceo (2006), quien menciona que los aspectos de la capacitación han sido relegados e incluso ignorados, para ser solo tomados en cuenta como la capacitación de adiestramiento, que corresponde a la capacitación para hacer, y donde se involucran variables de medición, la productividad, en general la transformación de la materia. Pero no se toma en cuenta el segundo aspecto que es la capacitación para llegar a ser, que se proyecta para el desarrollo del hombre y para el mejoramiento de su personalidad.

Como muestra se presenta Vásquez (1997), quien en su artículo Propuesta de instauración de un sistema de capacitación al interior de la empresa en México habla sobre la forma en la que se puede trabajar con capacitaciones bajo un contexto de globalización y cambios tecnológicos.

La visión de Vásquez es útil, aunque se aborda más al adiestramiento como sostiene Silíceo que es lo más predominante en los temas de capacitación. A esta vertiente se suman Parra y Rodríguez, que en su artículo La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones, averiguan cómo se puede relacionar la capacitación con la calidad dentro de las organizaciones, e incluso sostienen que la capacitación es la base de la gestión de calidad. Aún estamos en el mismo lado, las capacitaciones se enfocan más al adiestramiento.

Por otra parte, Guerrero y Sandoval (2011) tienen una aproximación al tema desde el punto de vista social, donde aseguran que las empresas que no presenten a la sociedad resultados positivos afectarán la percepción de entidades que entregan bienestar general y por consecuencia, tendrán una menor ventaja competitiva cada vez más notoria. Así mismo aseguran que "…es necesario iniciar o fortalecer políticas, objetivos y estrategias empresariales, que permitan a las MyPE´s atender, adecuadamente, las necesidades de sus grupos de interés, en el marco de un contexto sustentable."

Metodología

Este proyecto será ejecutado bajo una investigación cuantitativa y experimental, para determinar el impacto de la variable dependiente capacitación en la variable independiente micro y pequeñas empresas de Oaxaca.

El método utilizado en la investigación es de tipo cuantitativo correlacional. Se analizaron 5 ítems relacionados con la percepción que tienen los empresarios sobre la corrupción que afecta a su empresa y 19 ítems relacionados con la experiencia del empresario con la corrupción y las instituciones gubernamentales, esta información fue tomada de 540 cuestionarios aplicados en los municipios antes mencionados.

Hipótesis.

Si se implementa un proceso de Capacitación se podrá apoyar al combate de la corrupción en la micro, pequeña y mediana empresa.

Población. Se aplicaron encuestas con el apoyo de estudiantes en los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez.

Muestra. Se consideró una muestra de 540 directores de micro y pequeñas empresas de los

municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez.

Resultados

Como parte de los resultados obtenidos y generados del estudio cuantitativo con alcance correlacional de esta investigación se muestra que si existe una relación entre la capacitación y el desarrollo económico de las empresas, así como la tendencia de que a mayor capacitación menor probabilidad de caer en situaciones de corrupción.



Grafica 1. Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.

En los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez el 15% de las MyPE's refieren que la corrupción es uno de los temas que afectan principalmente a sus empresas.



Grafica 2. Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.

En los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez, Oaxaca el 10% de las MyPE's refieren haber sido víctima de corrupción en el último año.

Percepción del gobierno y de la corrupción.



***Grafica 3. Cuando se sabe de algo corrupto es mejor quedarse callado.** Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.*

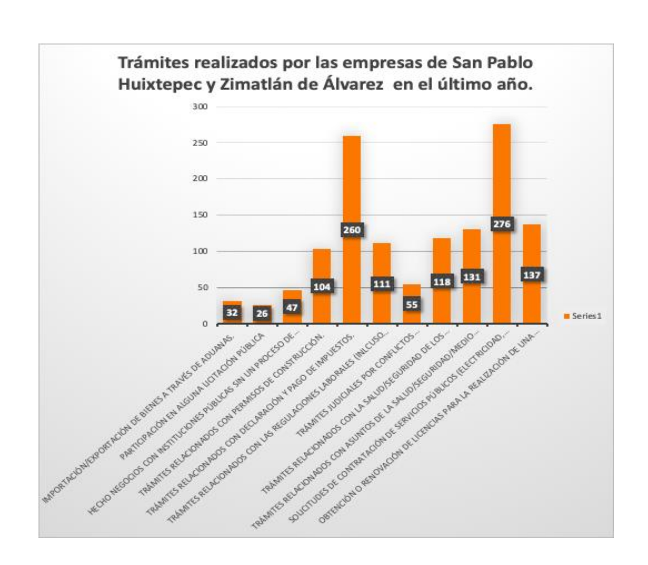
Cuando las MyPE´s de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez, Oaxaca saben de “algo corrupto” el 15% no saben qué hacer, el 35% está muy en desacuerdo en quedarse callado, el 26% está en desacuerdo con quedarse callado, el 16% está de acuerdo con quedarse callado y el 8% opina que está muy de acuerdo con quedarse callado frente a un acto de corrupción.



Grafica 4. Si no denunció un acto de corrupción del que tengo conocimiento me transformo en cómplice. Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.

13% de las MyPE´s de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez, Oaxaca no saben que si no denuncian un acto de corrupción del que tienen conocimiento se convierten en cómplices, el 10% de las MyPE´s

está muy en desacuerdo con la afirmación de que al no denunciar un acto de corrupción del que tienen conocimiento se convierten en cómplices, el 15% de las empresas opina estar en desacuerdo que al no denunciar un acto de corrupción del que tienen conocimiento se convierten en cómplices, el 29% opina estar de acuerdo que al no denunciar un acto corrupto del que tienen conocimiento los convierte en cómplices y el 33% opina estar muy en desacuerdo que al no denunciar un acto corrupto del que tienen conocimiento si los convierte en cómplices.

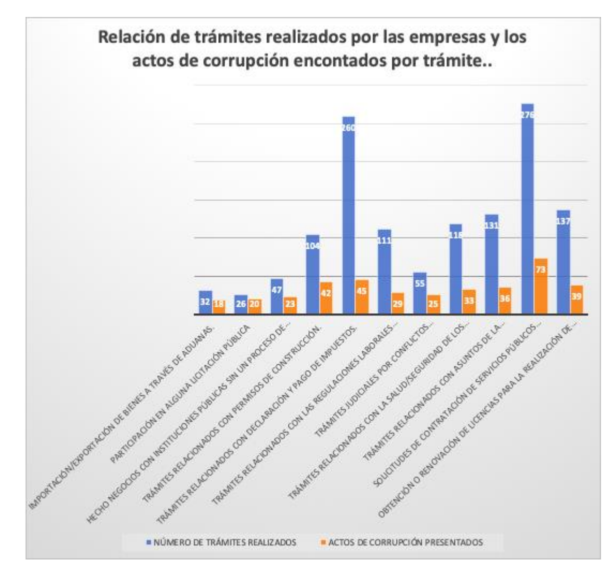


Grafica 5. Trámites realizados en los últimos 12 meses por las MyPE´s de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca. Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.

Las MyPE´s de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca han realizado la siguiente cantidad de trámites en el último año.

Importación/Exportación de bienes a través de aduanas.		32
Participación en alguna licitación pública		26
Hecho negocios con instituciones públicas sin un proceso de licitación		47
Trámites relacionados con permisos de construcción.		104
Trámites relacionados con declaración y pago de impuestos.		260
Trámites relacionados con las regulaciones laborales (inlcuso inspecciones)		111
Trámites judiciales por conflictos administrativos/civiles/laborales		55
Trámites relacionados con la salud/seguridad de los trabajadores (inlcuso inspecciones)		118
Trámites relacionados con asuntos de la salud/seguridad/medio ambiente fuera del sitio		131
Solicitudes de contratación de servicios públicos (electricidad, gas, agua, etc)		276
Obtención o renovación de licencias para la realización de una actividad empresarial.		137

Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.



Grafica 6. Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.

Cuando los empresarios de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca realizan trámites de importación/exportación de bienes a través de aduanas se presentan 18 actos corruptos por cada 32 trámites realizados; Por cada 26 participaciones en alguna licitación pública se presentan 20 actos corruptos; se han realizado 47 participaciones en negocios con instituciones públicas sin licitaciones y al mismo tiempo se han presentado 23 actos corruptos.

Se detectó que por cada 104 trámites relacionados con permisos para la construcción se presentan 42 actos corruptos; por cada 260 trámites relacionados con declaración y pago de impuestos se presentan 45 actos corruptos; de 111 trámites relacionados con las regulaciones laborales, 29 se presentaron con actos de corrupción; por cada 55 trámites judiciales por conflictos administrativos se presentaron 25 actos de corrupción; por cada 118 trámites relacionados con la salud y seguridad de los trabajadores se presentaron 33 actos de corrupción; por cada 131 trámites relacionados con asuntos de salud, seguridad, medio ambiente fuera del sitio se encontraron 36

actos corruptos; de cada 276 solicitudes de contratación de servicios públicos, 73 se presentaron con actos de corrupción y por cada 137 trámites relacionados con la obtención de licencias para la realización de una actividad empresarial se presentaron 39 actos de corrupción.

540 MyPE´s de los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca realizaron 1297 trámites en oficinas del gobierno en los últimos 12 meses, encontrando que en 383 los empresarios tuvieron que darle a la autoridad o funcionario de gobierno un regalo, hacer algún favor o dar dinero adicional a la tarifa normal por cada trámite.



Grafica 7. Nivel educativo de los empresarios encuestados en los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2019.

De los empresarios encuestados en los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez Oaxaca el 56% solo tiene educación básica (primaria/secundaria); el 24 tiene hasta bachillerato; el 10% cuenta con al menos un año en la universidad y solo el 9% tiene una licenciatura o ingeniería concluida y el 1% tiene al menos un año de posgrado (Maestría/Doctorado).

Desde su fundación la institución ha fomentado el vínculo con las comunidades de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez, mediante los proyectos y capacitaciones a empresarios, lo que ha permitido fortalecer los vínculos universidad-comunidad, teniendo como resultados manuales de operación, talleres, conferencias, prototipos, manejo de seguridad e higiene, cursos de capacitación empresarial en diversos tópicos, evaluación de estándares a través de CONOCER, entre otros.

Con base en los resultados anteriores se realiza una propuesta de capacitación a corto y mediano plazo que permita proponer estrategias y vincular a la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca con la comunidad.

Para lograr los anterior se proponen los siguientes temas: Valores y Filosofía Institucional, Manejo de conflictos, Legislación laboral, Cómo afrontar los casos de corrupción y delincuencia, Liderazgo, Toma de decisiones, Equidad de género, Inclusión, Acoso, Conflicto de intereses, Comunicación, Ambiente de trabajo, Individuo (Identidad, Entrega de valor, Posicionamiento, Liderazgo, Coaching, Empowerment) y El individuo en la empresa (La organización y sus recursos, Finanzas personales, Trámites y reglamentos, Políticas de calidad)..

Para lo anterior se aplicará el siguiente cronograma:

	2019				2020							
Actividades	dic	ene	feb	mar	abr	may	Jun	jul	ago	sep	oct	nov
Revisión de la literatura												
Planteamiento y acercamiento con la institución												
Investigación de campo												
Análisis de la información												
Elaboración del proceso de capacitación												
Análisis de viabilidad y gestión												
Aplicación de la propuesta												
Análisis de resultados												

Discusión

Como se puede observar en la literatura revisada, la capacitación influye en el desarrollo empresarial para aumentar la productividad mediante el adiestramiento en tareas técnicas y conocimientos de procedimientos, pero también influye en el desarrollo personal para generar innovación, creatividad, sentido de pertenencia y sobre todo valores empresariales.

En los resultados se pudo constatar también que la formación de los empresarios de las zonas de impacto es de educación básica y que tienen que realizar trámites en donde hay una nota alta en los relacionados con impuestos y finanzas. Esto da pie a que se pueda requerir información técnica al respecto, una forma de proveer a los empresarios de herramientas para eliminar primero la barrera del desconocimiento.

Así mismo se observa en los resultados que otro desconocimiento marcado es el modo de actuar ante casos de corrupción, que pueden ser en procesos internos de su empresa o de procesos externos en trámites cotidianos, esto repercute en otra área de acción, la que plantea trabajar con la parte humana y social de la persona.

Se propone por lo tanto una estructura de capacitación que se base en el desarrollo de la persona como a) individuo y como b) individuo en una empresa, teniendo como referencia los resultados positivos que la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca ha tenido con los municipios de Zimatlán de Álvarez y San Pablo Huixtectec y la pertinencia de los procesos de vinculación que se han generado hasta la fecha.

Conclusiones

Dentro de los problemas que enfrentan las empresas se encuentran la corrupción y la delincuencia. Estos factores, de acuerdo con el instrumento aplicado, actúan en 30% como desmotivadores y bloqueadores del crecimiento. En Oaxaca, y particularmente en los municipios de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez, las MyPES´s deben de considerarse organizaciones pequeñas de naturaleza familiar, cuyo objetivo económico es el sustento y prosperidad, así como la independencia económica. Por ello los procesos del sistema empresarial al interior de la organización deben de regularse y analizarse.

Es notoria la percepción que tienen los directores encuestados sobre las variables analizadas y en cómo estas afectan la calidad del capital humano y reducen la competitividad de estos. Sin embargo, se detona una participación bidireccional en los actos de corrupción, lo que requiere de un replanteamiento de las medidas individuales y públicas que en un futuro permitan su disminución.

Por lo que se considera viable la aplicación del proceso de capacitación y de acuerdo con los

resultados obtenidos la implementación de los temas para los cursos-talleres a las micro y pequeñas empresas de San Pablo Huixtepec y Zimatlán de Álvarez.

Referencias

Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX). (2019). Índices de corrupción. Recuperado de https://coparmex.org.mx/

Endeavor (2013). Reporte 6-30. Por qué las “Scaleups” son Críticas para la Creación de Empleo en México. Recuperado de https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/informe-revela-realidad-de-las-scaleups-en-mexico

Guerrero, D., y Sandoval, J. (2011). La responsabilidad social como generadora de valor empresarial: hacia la construcción de un modelo de balance social para las MiPymes. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v14n2/v14n2a19.pdf

Hernández, U. (2014). “¿Te incubas o te aceleras?», CNNExpansión. Recuperado de http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/07/12/incubadoraaceleradora-difiere-expansion

INADEM (2013). Diagnóstico de las cargas administrativas y fiscales, así como de los retos que enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) en México. Recuperado de https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FNE-2016-1.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2009). Censo Económico. México: INEGI.

OCDE (2013). Temas y políticas clave sobre PyMEs y emprendimiento en México. Recuperado de https://www.oecd.org/publications/temas-y-politicas-clave-sobre-pymes-y-emprendimiento-en-mexico-9789264204591-es.htm

Siliceo, A. (2006). Capacitación y desarrollo de personal. Distrito Federal. México: Limusa.

Vázquez, E. (1997). Propuesta de instauración de un sistema de capacitación al interior de la empresa en México. Revista Gestión y Estrategia, 11-12, 157-164. Recuperado de http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm

World Bank (2014). Enterprise Surveys 2010. Recuperado de http://www.enterprisesurveys.org/

Artículo 10. Desarrollo de competencias para emprender

Skills development to undertake.

Aguirre de Lázaro, Erwin O; Carnota Lauzán, Orlando; D´ Angelo Hernández, Ovidio; Morillas Valdés, Francisco Damián.

Observatorio de los Emprendimientos en Cuba, Centro Loyola Reina.

Resumen

Es objetivo del trabajo compartir experiencias sobre desarrollo de competencias para emprender, en cursantes y asesorados por el proyecto INCUBA EMPRESAS, del Centro Loyola Reina, en La Habana, Cuba. Se fundamentó, elaboró y validó la primera versión de un perfil de competencias; así como creó un Observatorio, cuyos proyectos sirvieron de base a fin de rediseñar entrenamientos, y asesorías del programa, lo cual mejoró sus procesos y desempeños, aunque mitigados por factores contextuales. Se concluye generalizando esos resultados y proponiendo nuevas acciones.

Palabras clave

Competencias para emprender. Condicionantes del emprendedorismo. Desarrollo de competencias para emprender. Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

Abstract

It is the objective of the work to share experiences on the development of skills to undertake, in workshops and advisors for the project INCUBA EMPRESAS, of the Centro Loyola Reina, in Havana, Cuba. The first version of a competency profile was founded, developed and validated; as well as created an Observatory, whose projects served as the basis for redesigning trainings, and program advice, which improved its processes and performances, albeit mitigated by contextual factors. It is concluded by generalizing these results and proposing new actions.

Keywords

Competencies to undertake. Conditioners of entrepreneurship. Development of skills to undertake. Micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs).

Introducción

La mayoría de los autores concuerda en que la capacitación de quienes administran micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), debe tener orientación al desarrollo de competencias; premisa para lo cual es identificar cuáles deben ser estas.

La literatura científica en el tema tiene diversidad de criterios; en parte, por la diferencia de contextos en los cuales aquella se produce.

Un contexto específico es el de Cuba, por causas, algunas de las cuales serán esbozadas más abajo; en cuya capital (La Habana) se desarrolla desde 2012 el proyecto INCUBA EMPRESAS, del Centro Loyola Reina (CLR), de la Compañía de Jesús; que gratuitamente brinda entrenamientos y asesorías, sobre administración de MIPYMES cooperativas y privadas.

Sus beneficiarios son quienes laboran en cooperativas inducidas estatalmente; o creadas, o en proceso de constitución, por iniciativa de sus socios. Además, personas que ya emprendieron, o prevén iniciar, el denominado “trabajo por cuenta propia”; el cual incluye, tanto MIPYMES privadas, como autoempleo.

Grupos – meta son residentes en el *Consejo Popular* (CP) *Los Sitios*, donde radica el CLR; el resto del *Municipio Centro Habana*, en el cual está enclavado ese CP; y otras áreas; en especial, mujeres, jóvenes, adultos de la tercera edad, personas con necesidades especiales y otras en situaciones de vulnerabilidad – débiles visuales, inclusive.

Su acción de capacitación inaugural era el Curso de *Gestión de pequeñas empresas* (GPE). Su oferta se amplió con: asesorías sobre temas jurídicos, contables, financieros, y otros de administración; impartición de conferencias semanales; y otros cursos; respectivamente desde octubre de 2013, enero de 2014 y febrero de 2015.

Pero su "producto estrella" seguía siendo el Curso de GPE que, desde su 1ª edición en 2012, hasta julio de 2015, tuvo matrícula inicial de 680 cursantes, de quienes egresaron solo 229, para una eficiencia de nada más 33,7 %.

Se hizo evidente la necesidad de mejorar en INCUBA EMPRESAS sus procesos docentes y, por extensión, de asesoría; para lo cual se desarrollaron proyectos de servicios científico – técnicos e investigaciones, que se detallan más abajo.

La finalidad de tales proyectos ha estado siendo contribuir a elevar el impacto de las acciones de capacitación y asesoría de INCUBA EMPRESAS; en particular, coadyuvando al desarrollo de competencias para emprender en cursantes y asesorados por el proyecto.

El objetivo del presente trabajo es compartir esas experiencias y sus resultados preliminares.

Revisión de la Literatura

El creciente impacto económico, social y en otras dimensiones, de las MIPYMES, las ha tornado en objeto de moda de investigaciones científicas. Temas de actualidad son, entre otros (Autor, 2018:2):

De las metodologías de investigación e hipótesis: reseña crítica, contradicciones entre marcos teóricos y resultados empíricos.

De los emprendimientos: conceptualización, acopio de recursos, administración; análisis espacial, clústeres, polos, redes, encadenamientos productivos e internacionalización; aprendizaje organizacional, ciclo de vida, condiciones de fracaso – éxito, entorno facilitador u obstaculizador y en particular el rol de administraciones públicas, estrategias, estudios de casos, fluctuación laboral; mediciones sub – nacionales, nacionales e internacionales y comparaciones derivadas; modelos de negocio, nexos con la innovación, planeación, tamaño, tipo de actividad económica.

De las y los emprendedores: actitudes, motivaciones, necesidades y otras características psicológicas; estratificación social (enfoque de género, inclusive); liderazgo; **capacitación**.

Capacitación en emprendedorismo:

Ese último tema tiene a su vez un conjunto de sub – temas (Oliveira, 2016), también con diversidad de criterios; cuyos objetos de investigación más frecuentes son, según la reseña efectuada:

Papel, redes y alianzas de los actores: Administraciones públicas y sus dependencias, escuelas de negocio, universidades y otras entidades no estatales nacionales, extranjeras e internacionales; al igual que sus directivos, funcionarios, docentes, asesores y consultores; incluyendo, tanto académicos, como personas emprendedoras con dotes para esos roles (*quiénes hacen qué*) – (Anderson et a., 2018: 425; Cooney, 2015: 103, 337-338, 435-437, 744-

746, 926-928, 951-953, 970-972, 1020-1022; Lerena y Miozzi, 2015: 17, 187-207, 229-270, 297-313, 413-420, 459-463; Lerena y Miozzi, 2017: 87-111, 179-186; Samaniego, 2015; Vera, 2014: 68-76, 125-133, 212-224, 475-486, 568-581, 594-609,1087-1097).

Cursantes: caracterización (Cooney, 2015: 334-336, 877-879; Lerena y Miozzi, 2015: 343-359, 497-531); menor éxito como emprendedores de quienes tienen experiencias previas, en especial en el sector público, por reducir su capacidad de adaptación, en particular en contextos turbulentos y de alta incertidumbre, donde tales experiencias pueden ser menos importantes y necesitan desaprenderlas (Cooney, 2015: 317-320); enfoque de género (Cooney, 2015: 1081-1082; Lerena y Miozzi, 2015: 55-73; Lerena y Miozzi, 2017: 171-178) y a personas con necesidades especiales (Vera, 2014: 547-557); efectos de la interacción de condiscípulos (Cooney, 2015: 251-255) y variables en su entorno (Cooney, 2015: 24-26, 36-38), así como escogencia y cantidad (*a quiénes y cuántos*).

Diagnóstico de necesidades de capacitación (por *qué*), en (Vera, 2014: 337-343).

Diseño curricular (Carnota, 2017; Carnota y Arocha, 2019; Cooney, 2015: 126-128, 183-184, 289-292, 374-376, 439-444, 448-454, 548-550, 587-589, 922-925, 944-947, 1099-1104; INTECH, 2015: 171-199, 226-246; Lerena y Miozzi, 2015: 113-122, 165-172, 209-228, 385-411, 439-457, 861-869; Lerena y Miozzi, 2017: 112-170, 218-231, 495-506; Vera, 2014: 157-201, 237-263, 325-336, 360-375, 425-437, 449-474, 487-535, 1058-1073): **objetivo y resultados esperados** (*para qué*); **orientación al desarrollo de competencias** mediante una estrategia pedagógica de aprender haciendo (Carnota y Arocha, 2019: 7-11, 15-16; Castellaro et a., 2016; Cooney, 2015: 531-532; Lerena y Miozzi, 2015: 31-40, 75-87, 271-295, 331-342, 465-481, 537-558; Lerena y Miozzi, 2017: 78-86, 242-254; Vera, 2014: 57-67, 77-124, 141-156, 202-211, 536-546, 871-883, 952-965, 1098-1110) **contenidos** (sobre qué), en particular acerca de la responsabilidad social y valores (Cooney, 2015: 351, 919-921; INTECH, 2015: 201-224; Lerena y Miozzi, 2015: 135-163); **forma**, incluyendo modos de comparecencia y dedicación, duración y horarios (*cuándo*), **métodos** (*cómo*) predominantemente productivos, incluyendo estudios de caso (Lerena y Miozzi, 2017: 187-217) e innovaciones educativas (Carnota y Arocha, 2019: 19-35), **medios** (literatura docente, locales, su equipamiento y mobiliario, y demás recursos: *con qué y dónde*), **y evaluación docente**.

Evaluación de impactos, en particular relación costo – beneficios, para comprobar, y coadyuvar a, que la capacitación sea una inversión y no un mero gasto; siendo este asunto el más complejo (Autor, 2014: 7-9; Chura, 2017; Cooney, 2015: 80-83, 362-364, 737-740, 1058, 1130-1133; INTECH, 2015: 141-170; Gielnik et a.,2017; Lerena y Miozzi, 2017: 43-56, 233-241; Matricano, 2017; Valerio et a., 2014: 36-40, 125-126; Vera, 2014: 344-351, 617-631, 659-672).

Condicionantes de fracasos en programas de capacitación de directivos (Brooks, 2017; Carnota y Arocha, 2019: 36-50; Gurdjian, 2014).

Experiencias nacionales (Cooney, 2015: 233-235, 728-730, 848-850, 868-870, 973-976; INTECH, 2015: 3-137, 225-244; Valerio et a., 2014: 147-193) **y comparaciones entre países o regiones (**Carnota, 2017: 6-7; Cooney, 2015: 39-40).

Administración de RR.HH., con orientación a competencias y en particular su desarrollo**:**

Aunque se señalan debilidades al enfoque de competencias (Zapata, 2015) y hay metodologías alternativas, como la de *talento humano* (Chiavenato, 2007), en particular para PYMES (Campuzano et al., 2016), la mayoría de los autores concuerda en administrar (dirigir, gestionar, etc.) a los recursos humanos (RR.HH., capital humano, fuerza de trabajo, personal, etc.) con tal enfoque.

Hay muchas definiciones de la categoría "competencias laborales". En una reseña del origen y tendencias al respecto, (Autor, 2014) propuso convencionalmente conceptualizarla como *integración dinámica de cualidades personales que condicionan el cumplimiento de obligaciones y logro de resultados en una entidad laboral dada, en un nivel acorde con las necesidades y el desempeño en el entorno de dicha entidad*. Así definida, resulta una *idoneidad demostrada para ejecutar con éxito una labor especificada*.

Como mismo hay muchas definiciones, también existen diversas clasificaciones de las competencias laborales. Siguiendo a (Mertens, 2006):

Competencias básicas: aquellas que se adquieren en el sistema educativo, como la comunicación oral, lectura, escritura y operaciones matemáticas; al igual que las certificadas con títulos.

Competencias genéricas: aquellas que refieren desempeños laborales en diversas actividades, y suelen relacionarse al uso de tecnologías y medios técnicos de uso general; como la interacción con clientes, o el empleo de la telemática. Pueden ser adquiridas en el sistema educativo.

Competencias específicas: aquellas que se relacionan directamente con la ejecución de obligaciones y logro de resultados en una entidad laboral dada.

Competencias actitudinales: aquellas las cuales están en la base de las competencias genéricas y específicas, referidas a las actitudes y los valores; que, por eso, (Autor, 2014) conceptualizó precisamente como *competencias en valores y actitudes*.

Si educar es preparar al ser humano para la vida (Martí, 1975: T-VIII, 281-282) y esta se desarrolla en organizaciones que necesitan ser administradas con participación de sus miembros en la dirección de aquellas, entonces el sistema educativo debe desarrollar en las personas competencias *básicas, genéricas*, así como en *valores y actitudes*, que les permitan ser gerentes, o subordinados partícipes en la conducción de sus respectivas entidades, con éxito y responsabilidad social.

En el caso de las MIPYMES, en particular cooperativas y privadas, tales competencias han de ser reforzadas y complementadas con las competencias *específicas* desarrolladas en acciones de capacitación (Cooney, 2015: 993-995), dirigidas a dos tipos de personas emprendedoras:

Potenciales: quienes necesitan saber de modo adecuado y rápido cómo poner en marcha e iniciar operaciones en empresas de su interés, mediante los estudios de factibilidad, trámites legales, acceso a crédito y planificación de negocio, entre otros.

En funciones: quienes necesitan saber de modo adecuado y rápido cómo consolidar y expandir negocios ya iniciados, mediante la elevación de su eficacia y eficiencia, mejorando prácticas gerenciales, administración de la producción con calidad de bienes y servicios e inversiones, manejo de recursos humanos y financieros, e innovaciones, entre otros. Las acciones de

capacitación a ese último tipo son más eficaces cuando se unen a servicios de asesoría, consultoría, crédito, etc. (Cooney, 2015: 714-715; Lerena y Miozzi, 2015: 803-821, 889-901; Valerio et a., 2014: 7-9).

Dada la heterogeneidad, tanto de las MIPYMES cooperativas y privadas (cuantía y composición de sus activos y RR.HH., cartera de productos, cantidad de sus ventas y utilidades, concentración o dispersión geográfica, sector y nichos de mercado, tecnología, ubicación, etc.), como de las personas emprendedoras (disponibilidad de dinero, edad, experiencia laboral previa, lugar de residencia, motivación, sexo, así como niveles de apoyo de familiares, amistades y conocidos, e instrucción; etc.), ambos tipos han de ser estratificados; por lo que no se debe diseñar e impartir acciones iguales para todos esos individuos, ni siquiera del mismo tipo, sino particularizarse según sus necesidades, con la dificultad de que muchas veces no saben lo que desconocen (Carnota, 2017: 21).

De lo contrario, puede pasar que contenidos genéricos basados en investigaciones excelentes, sean cada vez menos pertinentes a sus cursantes (Anderson et a., 2018: 426).

Metodología

La hipótesis planteada fue que si se: 1º) rediseñaban las acciones de capacitación del proyecto INCUBA EMPRESAS con orientación al desarrollo de competencias, mediante una estrategia pedagógica de aprender haciendo, aplicando métodos predominantemente productivos e innovaciones educativas; y 2º) elevaban las competencias de sus docentes y consultores en los contenidos y la didáctica de impartición de administración de MIPYMES cooperativas y privadas; entonces mejorarían los procesos de capacitación y asesoría, con un consiguiente mayor impacto.

Se partió de diseñar, entre septiembre – diciembre / 2015, la primera versión de un perfil de competencias (Autor y Calderón, 2015), fundamentada en (Autor, 2014).

Para ello, se aplicó encuesta anónima a los 33 cursantes de la 1ª edición del curso de *Administración, trabajo en equipo y liderazgo*, así como a los 11 cursantes de la 13ª edición del curso de *Gestión de pequeñas empresas* no matriculados en el antedicho, para un total de 44 encuestados.

Las respuestas se registraron mediante descriptores KWOC (*key words out of context* o palabras clave fuera de contexto), para usar conceptos técnicos, en lugar de vocablos que no reflejasen la esencia del discurso (ejemplo: “Propaganda”, se registró como *Hacer promoción*). Se reconoció la sinonimia por el método lógico formal de la equivalencia de conceptos.

Las competencias directivas expresadas por los cursantes, se integraron en una lista preliminar que, para su validación constructiva, se sometió a reducción y fertilización de listado con todos los docentes (a tiempo parcial) del proyecto, mediante la técnica de grupos nominales.

El perfil de competencias resultante tiene 92 ítems: 6 funciones genéricas, 18 funciones específicas y 48 criterios evaluativos, para un total de 74, que conforman las competencias *específicas*; 8 competencias *genéricas*; y 10 competencias *en valores y actitudes*.

Cada uno de los 92 ítems se sometió a ponderación en una escala de 10 a 0, con los 35 participantes en un taller sobre *qué necesita un cuentapropista o cooperativista para tener éxito*

en Cuba, más 140 cursantes de 5 entrenamientos.

Las ponderaciones de los 175 estuvieron en el rango 10 – 4 y 0 (no las hubo en el rango 3 – 1); las medias, en el rango 9.94 – 8.93, con la distribución que muestra la tabla № 1:

Escala	10	9	8	7	6	5	4	0	Σ
Respuestas	12053	2033	1407	447	101	45	9	4	16100
%	74.87	12.63	8.74	2.78	0.63	0.28	0.06	0.02	100.00
Medias	9.94–9.75	9.74-9.50	9.49-9.25	9.24-9.00	8.99-8.93				
Frecuencia	32	29	21	9	1				92
%	34.78	31.52	22.83	9.78	1.09				100.00

Fuente: Informe del estudio parcial sobre competencias directivas.

Nótese que de los 92 ítems, el 88.74 % se concentró en el rango de 10 – 8 y el 89.13 % en el de 9.94 – 9.25; lo cual refleja gran concordancia con el perfil, por una mayoría dominante de los encuestados.

También en 2016, se creó el Observatorio de INCUBA EMPRESAS, actual *Observatorio de los emprendimientos en Cuba*, con una cartera inicial de cuatro proyectos, desarrollados por investigadores a tiempo parcial; parte de los cuales son, a la vez, docentes de INCUBA EMPRESAS.

Esos proyectos fueron sendas investigaciones sobre prácticas nacionales y experiencias internacionales acerca de cooperativismo y *economía social y solidaria* (COOPERATIVISMO), MIPYMES privadas y *responsabilidad social* (TPCP), así como didáctica de la capacitación para emprender (DIDÁCTICA); también, la creación de una biblioteca digital de administración (BIDA).

En 2018 se inició un quinto proyecto: EMPRENDEDORES EN CENTRO HABANA.

Tales investigaciones han combinado revisión de literatura; encuestas, entrevistas y observaciones no participantes a cursantes y egresados; talleres donde se socializan y someten a validación constructiva resultados parciales de cada proyecto, y académicos de otras instituciones comparten sus hallazgos; eventos anuales de presentación y debate de resultados; e intervenciones en emprendimientos, con acciones de asesoría y docencia por los investigadores; quienes han tenido insumos en BIDA.

Por lo ya explicado, los docentes del proyecto fueron partícipes del diseño del perfil de competencias, parte de aquellos han estado en los grupos de proyectos del Observatorio, y todos han recibido los resultados preliminares de los proyectos y participado en su debate.

Resultados

Los resultados preliminares de dichos proyectos hasta julio de 2019 han sido:

COOPERATIVISMO y TPCP: reseñar preliminarmente al estado del arte; describir las posiciones acerca del cooperativismo y TPCP, los principios de la *economía social y solidaria*, *responsabilidad social* y otros análogos, del marxismo – leninismo e iglesia católica; caracterizar las tendencias internacionales; diagnosticar las prácticas nacionales, incluyendo sus antecedentes en políticas públicas, regulaciones jurídicas y declaraciones oficiales; y esbozar los escenarios probables de su desarrollo en Cuba hasta 2021.

COOPERATIVISMO, además: evaluar el desempeño económico de 17 cooperativas gastronómicas no agropecuarias (CNA), tutelar tesis de maestría referente a estas, asesorar a la empresa estatal que las atiende, hacer estudio de caso en 2 de aquellas, e iniciar consultoría – capacitación sobre plan de negocio en 8 CNA de otras ramas.

TPCP, además: hacer trabajo de campo con un muestrario de "trabajadores por cuenta propia" sobre cultura para emprender.

EMPRENDEDORES EN CENTRO HABANA: reseñar literatura internacional acerca del emprendedorismo y resultados de investigaciones referentes al tema en Cuba, caracterizar al municipio Centro Habana y un muestrario de los egresados de INCUBA EMPRESA entrevistados y observados, y esbozar los escenarios probables de su desarrollo hasta 2021.

Los 3 tuvieron como resultado común, proponer decisiones y acciones para la mejora de procesos e impactos en las labores de capacitación y asesoría de INCUBA EMPRESAS.

DIDÁCTICA: reseñar el estado del arte de la gerencia, en particular: capacitación de directivos, los métodos y medios que contribuyen al éxito en este proceso, caracterización de las escuelas de negocios, e innovaciones educativas; didáctica de la capacitación a quienes emprenden negocios: particularidades, potencialidades y barreras; identificar condicionantes de fracasos de la capacitación de directivos en Cuba; evaluar las acciones docentes de INCUBA EMPRESAS; así como proponer decisiones y acciones para mejoras de tipo didáctico en esas acciones.

BIDA: diseñar, programar y cargar la biblioteca digital de administración, instalada en la biblioteca "Dulce María Loynaz", del Centro Loyola Reina. Tenía el 31/07/2019, 3300 documentos, de 460 materias, 2314 autores, 585 editoriales, 273 editores y 66 países o regiones. Por su tipo, son: 2542 artículos, 418 libros, folletos y revistas completas, 201 ponencias, 82 diapositivas e imágenes y 58 tesis. Durante 2018 diseminó a docentes e investigadores 3025 documentos, parte de los cuales no incluidos en la biblioteca digital, por su tamaño u otros criterios de selección.

Tales resultados y la primera versión del perfil de competencias, fueron insumos para el proceso de rediseño de las acciones de capacitación de INCUBA EMPRESAS, iniciado en 2016 mediante cambios en las formas, los contenidos, métodos y medios de la enseñanza; que tuvo un momento significativo en 2017, con el cierre de los **cursos** mencionados y otros, así como apertura en su lugar de los **entrenamientos** en *Administración empresarial*, *Administración general*, etc., los cuales poseen una estructura modular; complementados con **talleres** sobre temas específicos.

Las mejoras se reflejaron en: un salto en el índice de promoción, que creció en 2016 a 99.0 % (204 de 206), casi el triple del 33.7 % entre 2012 – 2015; e incremento de las asesorías, que llegaron a 105 en 2016, en comparación con 67 en 2015 (+ 56,7 %).

En 2017 y 2018, hubo cambios en, tanto las declaraciones oficiales y por los medios de difusión masiva públicos, como las políticas de gobierno; "congelación" entre agosto de 2017 – junio de 2018 de las regulaciones jurídicas y administrativas, al igual que del otorgamiento de nuevas licencias; emisión de un conjunto de nuevas regulaciones en julio de 2018, las cuales se pondrían en vigor el 7 de diciembre de dicho año y a las que se les hizo ajustes 2 días antes de tal fecha; todo lo cual creó un entorno de incertidumbre para los emprendedores (Vázquez et a., 2019: 23-31 y 53-57).

En ese contexto, decreció gradualmente la retención de los cursantes, en términos de matrícula Final (egresados) Vs. Inicial: 188 de 210 en 2017 (89,5 %), 198 de 234 en 2018 (84,6

%) y 141 de 170 entre enero – julio de 2019 (82,9 %); aunque mejoraron, también progresivamente, los indicadores en encuestas de retroalimentación anónimas aplicadas al final de cada curso, que miden en una escala de 10 a 0, nueve variables de los mismos y cinco de cada docente. La primera encuesta se hizo a fines de 2015. Como muestra la tabla № 2:

Variables escogidas / Años (no hubo en 2018)	2015	2016	2017	2019
Cumplimiento de las expectativas	8.3	8.3-9.5	8.8-9.1	8.9-9.3
Percepción de la utilidad del curso	8.2	9.2-10	8.7-9.9	9.1-9.5
Porcentaje de cursantes quienes aplicaron contenidos **antes** de terminar el curso	29.0	53.3-62.0	60.0-87.5	95.0-100
Adecuación de los contenidos	5.0	7.0-10.0	8.1-10.0	9.3-9.6

Fuente: Informes de retroalimentación de 17 cursos.

Discusión

El rediseño de las acciones de capacitación del proyecto INCUBA EMPRESAS con orientación al desarrollo de competencias, mediante una estrategia pedagógica de aprender haciendo, aplicando métodos predominantemente productivos e innovaciones educativas, por una parte; y, de la otra, la elevación de las competencias de sus docentes y consultores en los contenidos y la didáctica de impartición de administración de MIPYMES cooperativas y privadas, tuvo un efecto inmediato en aumentos de, tanto los índices de promoción y satisfacción de los cursantes, como de asesorías.

Pero esos resultados fueron mitigados, entre otras variables, por factores contextuales; pues el éxito de los programas para desarrollar competencias a emprendedores en funciones, o quienes tienen intenciones de serlo, está condicionado por el entorno en que se imparten.

Aunque mediadas por diversas variables (Hashim et a., 2018), en particular *normas sociales* (Barazandeh et al., 2015) y *entornos turbulentos* (Sajilan & Tehseen, 2015), las competencias para emprender son una de las condicionantes del éxito de MIPYMES y, por eso, las administraciones públicas deben promover su desarrollo.

Para ello, los gobiernos deben: trazar estrategias nacionales y sistemas, tanto sectoriales, como territoriales; introducir en el sistema educativo la enseñanza de competencias básicas, genéricas, así como en valores y actitudes; auspiciar (financiar, inclusive) programas de desarrollo de competencias específicas, por entidades públicas y no estatales (nacionales, extranjeras e internacionales); previa certificación de, tanto instituciones, como docentes, asesores y consultores; evaluar impactos; encargar proyectos de I+D+I, al igual que actividades científicas informativas (bibliotecas digitales y publicaciones especializadas, inclusive), las cuales sustenten lo anterior.

Pero en el entendimiento de que la capacitación será eficaz y eficiente, solo si es parte de políticas, regulaciones jurídicas y administrativas, al igual que otras decisiones y acciones públicas, que creen un entorno favorable para las MIPYMES (Camiletti + Flores, 2015; Dini + Stumpo, 2019; Lerena y Miozzi, 2017: 14-33; Valerio, et a.; 2014: 23-24 y 128-129), junto a otras variables contextuales (Martínez et a., 2017); las cuales, según (Vázquez, 2017: 64–65), son:

- Establecer un marco político, jurídico y mediático, que favorezca el desempeño de tales MIPYMES, en correspondencia con las estrategias de desarrollo del país y sus niveles sub – nacionales, y no sean una barrera para, tanto esas empresas, como el avance de las fuerzas productivas; el cual incluya la puesta en vigor de una ley que codifique las regulaciones sobre las empresas

en general y en particular acerca de las MIPYMES, considerando su heterogeneidad.

- Asignar en la ley del presupuesto u otra, fondos para fomentarlas, en los niveles, tanto nacional, como sub – nacionales.
- Reducir y simplificar trámites administrativos.
- Crear un órgano estatal u ONG, que funja como facilitador de la identificación, agregación y satisfacción de las demandas legítimas de dichas MIPYMES; al igual que la canalización de su participación en el diseño de la agenda, el diseño, implantación y evaluación de las políticas públicas, e iniciativa legislativa; mediante acciones de coordinación con administraciones y empresas públicas, banca, e instituciones académicas, entre otras; desarrollo de proyectos de I+D+I, divulgación jurídica y de buenas prácticas, capacitación, asesoría, consultoría y otros servicios a emprendedores.
- Facilitar el acceso de tales MIPYMES a: operaciones de importación y exportación, uso de Internet, venta de bienes y servicios a dependencias públicas, mercados mayoristas, así como servicios bancarios modernos, incluyendo el otorgamiento de microcréditos, subsidios en forma de capital semilla y capital de riesgo, tarjetas de crédito, comercio on – line, operaciones de factoring y leasing, sociedades de garantía, etc.
- Desarrollar programas, en particular locales, de articulación productiva e incentivos a la innovación, que incluyan a esas MIPYMES.
- Promover la responsabilidad social de dichas MIPYMES, acorde con la Norma ISO 26000:2010.
- Dar a las y los emprendedores, participación real y efectiva en el proceso de preparación, adopción y control, de las decisiones públicas que les conciernan.

Las lógicas restricciones de tamaño del artículo, impiden examinar el comportamiento de lo antedicho en el contexto de Cuba (Machado et a., 2019; Vázquez et a., 2019) y en particular Centro Habana (D´Angelo et a., 2019).

Conclusiones

La aplicación del perfil de competencias y los resultados preliminares de los proyectos del Observatorio, del modo enunciado en la hipótesis, contribuyeron a mejoras inmediatas en procesos e indicadores del desempeño, de las acciones de capacitación y asesoría de INCUBA EMPRESA; que fueron mitigados por factores contextuales, entre otras variables.

Se comprobó, una vez más, que una capacitación de calidad tiene, como una condición necesaria, servicios científicos y tecnológicos e investigaciones científicas.

En el entorno actual, es necesario actualizar ese perfil, hacer un estudio longitudinal del impacto de las acciones de capacitación y asesoría en el desempeño ulterior de los egresados, diversificar los contenidos y métodos de los entrenamientos a públicos – meta más segmentados, e incrementar las muestras de las investigaciones, entre otras acciones.

Referencias

Autor (julio / 2014). "Título", Memorias electrónicas de GESEMAP 2014, Ministerio de Educación Superior, La Habana.

Autor (octubre – diciembre / 2014). "Título", revista *Folletos gerenciales* 18:4, Ministerio de Educación Superior, La Habana (digital).

Autor + Y. Calderón (2015). "Título", Centro Loyola Reina, La Habana.

Anderson, L.; P. Hibbert; K. Mason, K. & C. Rivers (2018). "Management education in turbulent times", Journal of Management Education, 42:4, 423-440.

Barazandeh, M.; K. Parvizian; M. Alizadeh & S. Khosravi (2015). "Investigating the effect of entrepreneurial competencies on business performance among early stage entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 survey data)", Journal of Global Entrepreneurship Research 5:18. Consultado en https://doi.org/10.1186/s40497-015-0037-4, 10/08/2018.

Brooks, K. (2017). "Reason why leadership training programs fail", ILPworldwide Australia. Consultado en http://ilpworldwide.org/3-reasons-why-leadership-training-programs-fail/, el 03/02/2018.

Camiletti, R. + H. Flores (2016). "Programa de jóvenes emprendedores", Revista de estudios regionales, 11, 157-171.

Campuzano, E.; I. Ziadet; H. Echeverria (2016). "Gestión del Talento Humano en las PYMES", Revista Publicando, 3:7, 438-448.

Carnota, O. (2017). "Informe preliminar del proyecto *Didáctica específica de la capacitación de presidentes de cooperativas, dueños de negocios de trabajo por cuenta propia y gerentes intermedios en ambos tipos de organizaciones*", Centro Loyola Reina, La Habana.

Carnota, O. + C. Arocha (2019). "Informe anual correspondiente a 2018 del proyecto *Didáctica específica de la capacitación de presidentes de cooperativas, dueños de negocios de trabajo por cuenta propia y gerentes intermedios en ambos tipos de organizaciones*", Centro Loyola Reina, La Habana.

Castellaro, M.; L. Zanitti y L. Zingaretti (2016). "Experiencia curricular de innovación y emprendedorismo en ingeniería", ponencia presentada en III Congreso Argentino de Ingeniería – IX Congreso de Enseñanza de la Ingeniería, Universidad Tecnológica Nacional Santa Fe (Argentina).

Chura, E. (2017). "Impacto de desarrollo de capacidades en el ingreso de las familias alpaqueras de la región noreste de Puno, período 2010-2012", Semestre económico, 6:1, 60-79.

Cooney, T. (2015). "Proceedings from ICSB 2014 World Conference", Dublin Institute of Technology, Dublin (Ireland).

D´Angelo, O.; F. D. Morillas; K. Suárez y J. de Armas (2019). "Informe *Proyecto Emprendedores en Centro Habana 2018*", Centro Loyola Reina, La Habana.

Dini, M. + G. Stumpo (Coords. – 2019). "MIPYMES en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las

políticas de fomento. Síntesis", S. Chile: CEPAL.

Gielnik, M.; M. Uy; R. Funken & K, Bischoff (2017). "Boosting and sustaining passion: A long-term perspective on the effects of entrepreneurship training", Journal of Business Venturing, 32:3, 334–353. Consultado en https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.003, 15/06/2018.

Gurdjian, P.; T. Halbeisen & K. Lane (January / 2014). "Why leadership development programs fail?", Mc Kinsey Quarterly. Consultado en https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/why-leadership-development-programs-fail, 1º/06/2018.

Hashim, N.; S. Raza & M. Minai (2018). "Relationship between entrepreneurial competencies and small firm performance: are dynamic capabilities the missing link?", Academy of Strategic Management Journal, 17:2, 1-10.

INTECH (2015). "Entrepreneurship Education and Training". Consultado en http://www.intechopen.com/books/entrepreneurship-educationand-training, 14/11/2017.

Lerena, R. + P. Miozzi, eds. (2015). "IX Workshop Red EMPRENDESUR", Universidad FASTA, Mar del Plata (Argentina).

Lerena, R. + P. Miozzi, eds. (2017). "XI Workshop Red EMPRENDESUR, Universidad Tecnológica de Chile – INACAP, Coyhaique (Chile).

Lyons, E. & L. Zhang (2017). "Who does (not) benefit from entrepreneurship programs?", Strategic Management Journal, 39, 85–112. Consultado en https://doi.org/10.1002/smj.2704, 06/12/2017.

Martí, J. (1975). "Obras completas·, Ciencias Sociales, La Habana.

Machado, R. + E. Muñoz (2019). "Informe anual correspondiente a 2018 del proyecto *Cooperativismo, y economía social y solidaria. Tendencias internacionales y prácticas cubanas*", Centro Loyola Reina, La Habana.

Martínez, M.; G. Palos y J. Vargas – Hernández (2017). "Entrenamiento, capacitación y financiamiento con crecimiento sostenido en las pequeñas empresas del sector industrial en San

Luis Potosí", *Revista Escuelas de Administración de Negocios*, 82, 95-122. Consultado en https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1650, 05/12/2017.

Matricano, D. (2017). "Can policymakers improve the effectiveness of entrepreneurship training programmes? - Evidence from Italy", Industry and Higher Education, 31:1, 51–61.

Mertens, L. (2006). "Diseñar un modelo integral y dinámico de gestión de recursos humanos por competencias", OIT, Turín.

Oliveira, D. (2016). "A evolução conceitual da educação para o empreendedorismo como um campo científico", Revista Alcance – Eletrônica, 23:4, 547-567. Consultado en www.univali.br/periodicos el 07/08/2017, 08/06/2018.

Sajilan, S. & S. Tehseen (2015). "Cultural orientations, entrepreneurial competencies and SMEs business success: The contingent roles of environmental turbulence and network competence", Review of Integrative

Business & Economic Research, 4:2, 20-35.

Saldarriaga, M y M. Guzmán (2018). “Enseñanza del emprendimiento en la educación superior:

¿Metodología o modelo?”, Revista EAN, 85, 125-142. Consultado en https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054, 25/03/2019.

Samaniego, F. (2015). “Propuesta estratégica universitaria para el despliegue de los emprendimientos empresariales sostenibles: Caso Cantón Riobamba, Ecuador”, European Scientific Journal, 11:7, 136-145.

Valerio, A.; B. Parton y A. Robb (2014). “World entrepreneurship education and training programs around the world”, World Bank, Washington D. C.

Vázquez, Y. (2017). “Informe preliminar del proyecto *El trabajo por cuenta propia, y las micro y pequeñas empresas privadas*”, Centro Loyola Reina, La Habana.

Vázquez, Y.; C. Hernández y R. Hidalgo (2019). “Informe anual correspondiente a 2018 del proyecto *El trabajo por cuenta propia y las micro y pequeñas empresas privadas. Tendencias internacionales y prácticas cubanas*”, Centro Loyola Reina, La Habana.

Vera, P.; ed. (2014). “VIII Workshop Red EMPRENDESUR”, Universidad Presbiteriana Mackenzie, Sao Paolo (Brasil).

Zapata, J. (2015). “El modelo y enfoque de formación por competencias en la Educación Superior: apuntes sobre sus fortalezas y debilidades”, Revista Academia y Virtualidad, 8:2, 24-33

RELAYN 4 (1): Enero, 2020
ISSN: 2594-1674

Artículo 11. Incidencia de los Recursos humanos a través de las TIC en la competitividad las MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria, Lima.

Impact of Human Resources through ICTs on competitiveness, the textile micro and small enterprises of the Gamarra emporium, in the district of La Victoria, Lima.

Silva Narvaste, Bertha; Wong Silva, Jean Pierre; Silva Narvaste, Adolfo; Gallo Coca, Abel Hipolito.

Universidad Alas Peruanas.

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar la incidencia de los recursos humanos a través de las TIC en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria, se aplicó un cuestionario a una muestra de 393 empresas, se empleó una metodología cuantitativa, de alcance descriptivo, Los 393 empresarios, en cuanto a la escolaridad se encontró que el 3.7% no tenía la primaria terminada, el 5.3% estudió completa la primaria, el 35.1% estudió la secundaria, el 45.1% tienen grado de bachiller, 10.3% terminó la licenciatura y sólo el 0.5% restante tiene estudios de posgrado. Tiempo de los empresarios que dedican a la empresa, el promedio es de 62.7 horas a la semana.

El 42,1 % de los directores de empresas usan programa especializado para gestionar y el 29,3 % algún programa para la producción, quienes usa algún programa especializado para administrar o para producir asciende a 45.5%. La herramienta tecnológica más usada para asuntos laborales es el Whatsapp con el 64.5%. Resalta que el 14.8% de la gente no utiliza redes sociales ni de manera personal ni para asuntos laborales, pudiendo ser un área de oportunidad para el municipio abordado.

Se concluye que la incidencia de los recursos humanos a través de las TIC en la competitividad de la MYPES textiles, es importante, por ello el grado de conocimiento de uso de herramientas TIC, ayuda a la mejora de la competitividad.

Palabras clave

Recursos humanos, Tecnologías de Información y Comunicación, Competitividad, Mypes.

Abstract

The objective of this study was to analyze the impact of human resources through ICT on the competitiveness of the textile MYPES of the Gamarra emporium, in the district of La Victoria, a questionnaire was applied to a sample of 393 companies, a methodology was used uantitativa, of descriptive scope, The 393 entrepreneurs, in terms of schooling, found that 3.7% did not have the finished primary, 5.3% studied the primary complete, 35.1% studied the secondary school, 45.1% have a bachelor's degree, 10.3% finished and only the remaining 0.5% have graduate studies. Business time, the average is 62.7 hours a week.

42.1% of company managers use specialized program to manage and 29.3% some production program, who use some specialized program to manage or to produce amounts to 45.5%. The most used technological tool for labor matters is Whatsapp with 64.5%. It emphasizes that 14.8% of people do not use social networks either

personally or for labor matters, and it can be an area of opportunity for the municipality addressed.

It is concluded that the impact of human resources through ICTs on the competitiveness of textile micro and small businesses, is therefore important, therefore the degree of knowledge of the use of ICT tools, helps to improve competitiveness.

Keywords

Human Resources, Information and Communication Technologies, Competitiveness

Introducción

Se buscó estructurar una ruta que sirva de guía para potenciar a los recursos humanos con el uso de las TIC para enfrentar la competitividad.

Las pequeñas empresas no realizan una adopción comprometida de las ventajas del uso de TIC, se observa que debido a factores como: escasez de recursos financieros, humanos y tecnológicos, y la carencia de una cultura organizativa (Dyerson y Harindranath, 2007).

Frente a las exigencias de los consumidores, las empresas deben adquirir recursos, realizar operaciones internas y de comercialización empleando TIC, indispensables debido a la separación física y al tiempo del punto de fabricación o comercialización con respecto al punto destino de consumo. Por lo que, las TIC, se han convertido en un medio de desarrollo empresarial y fuente de ventaja competitiva en las Mypes (Correa, A; 2010).

El uso de datos para predecir acciones y cerrar tratos se extenderá en todo el ecosistema digital: buscadores, páginas web y redes sociales"(Chicoma, 2017) , Así, el servicio en la web será aún más personalizado.

Revisión de la Literatura

Recursos humanos en las MYPES Enel emporio de Gamarra

Al año 2016, Gamarra contaba con 31 mil 737, lo cual simboliza un crecimiento de 31.4%, gracias a la gran cantidad de emprendedores limeños y provincianos con capacidad de inversión y gestión, que dieron empleo a más de 71 mil personas.(Sánchez Aguilar et al., 2017). ha crecido la población de microempresarios informales y formales, todos en busca que emprendimiento, lo cual le da un posicionamiento esperanzador a las MYPES, solo les queda invertir en capacitar a los involucrados con el mundo empresarial en TIC.

La habilidad para responder favorablemente y con voluntad a los objetivos del desempeño y las oportunidades, satisfacción, con el trabajo como por encontrarse en el ambiente del mismo (Cruz, 2019), Efectivamente muchos autores coinciden con lo declarado.

El departamento de recursos humanos que mejor conozca y represente su cultura empresarial y se encargue de participar al resto de empleados, (Quecursor, 2017), El departamento que debe valorar el trabajo en equipo, y la comunicación fluida.

Los recursos humanos juegan un papel fundamental en el crecimiento de una organización, reconocer el papel clave que juegan los trabajadores en la realización de las tareas imprescindibles para el éxito de la empresa. (Conexión ESAN, 2015)

Autores como Barney (1991), Gómez-Mejía, Balkin y Cardy (1997), Dolan, Cabrera, Jackson y Schuler (2003) resaltan que un elemento que diferencia a los ganadores de los perdedores en los mercados del siglo XXI es la eficacia de la estructura humana.

Las TIC como apoyo administrativo en la MYPES textiles del Perú.

Observamos de manera positiva el avance tecnológico en las MYPES del emporio de Gamarra, pero existe otra mirada en la desventaja de empoderarse del manejo de las herramientas TIC, resulta difícil, falta mayor preparación para responder a las exigencias del público.

Las organizaciones excelentes no son las que tienen la tecnología más avanzada y sofisticada, sino aquellas que saben extraer el máximo provecho a sus tecnologías actuales, empresas que han identificado las ventajas que implica la correcta utilización de las tecnologías y desarrollo de los procesos administrativos importantes de la organización. (Chiavenato, 2002).

Según Gómez-Mejía, et al (2003) el conjunto de las recompensas cuantificables que recibe un empleado por su trabajo, animará a cada empleado a ser competitivo con el uso de las TIC para responder a la competitividad.

La empresa-tecnología tiende a ser inseparable; encontrar las pymes peruanas en Internet es aún incipiente, ofrecer modelo innovador que sirva como instrumento para incrementar la confianza de las transacciones ejecutadas en el marco de la comercialización electrónica, orientado a las pymes peruanas (Tarazona, Gómez y Montenegro, 2012).

Para que la implementación de nueva tecnología brinde efectos positivos, hay que cumplir varios requisitos: tener un conocimiento profundo de los procesos de la empresa, planificar detalladamente las necesidades de tecnología de la información e incorporar los sistemas tecnológicos paulatinamente, empezando por los más básicos. Cano (2017).

La importancia del uso de las TIC según (Bullini Orlandi, Ricciardi, Rossignoli, y De Marco, 2019) El conocimiento producido en la historia de la Humanidad es equiparable al de los últimos 10 años, y se espera que en el futuro la cifra se duplique cada cinco años, de manera que circularán nuevos conocimientos e información en cantidades descomunales.(De La Madrid, 2007).

Las TIC deben ser planeadas, implementadas e integradas a las empresas que consideran la estructura de la organización, capacidad de inversión y las necesidades de los clientes al mínimo costo.(Correa , Gómez , y Canos, 2010).

Apropiación de las TIC, evidencia interactividad en relaciones humanas y en contactos con procesos y productos tecnológicos, lograr capacidad de observación, comprensión del fenómeno tecnológico; y atender a necesidades. (Colivoro y Galaretto, 2014)

El impacto de las TIC en la comunicación interna y externa genera excelente rendimiento, por ello es importante invertir en TIC y contar con las capacidades internas para que los procesos organizacionales sean eficaces. (Tarutė y Gatautis, 2014).

El uso del manejo de las TIC en la MYPES peruanas esta dado a falta de personal capacitado que use de manera correcta, acorde al estudio de implementación de las TIC, con tipo de formación en empleados. (Lenin A. Parraga-Zambrano I, Katty G. Zambrano-Alcivar II, y Marco A. Reyes-Trejo III, 2018).

La implementación y gestión de una cadena de suministro eficaz permite un cambio de conceptualización de la empresa peruana , redefinir sus roles y optimizar costes para obtener mayores beneficios. , podrían ser una respuesta para abordar este problema en tres áreas: falsificación, visibilidad / trazabilidad y

juego de eficiencia, las tecnologías de inteligencia artificial (IA) / pueden alterar los modelos operativos existentes,(ESAN, 2019).

Este cambio se ve reflejado a que los consumidores cada vez prefieren abordar empresas que cuenten con páginas web, pagos on line, entre tantas exigencias de los consumidores.

Estas son las 8 principales tendencias tecnológicas de la cadena de suministro que deben adoptar las empresas peruanas:

1)**Inteligencia artificial; 2) Los análisis avanzados; 3)La adopción de IoT; 4)Automatización robótica de procesos; 5)Cosas autónomas; 6) Cadena de suministro digital gemela; 7)Experiencia inmersiva; 8) Blockchain: estas tendencias abarcan desde** pedidos, servicios, uso de capacidades de inteligencia artificial; pruebas de calidad del producto y reabastecimiento, conocer los escenarios futuros; mayor tiempo de actividad, mejor servicio al cliente,; reducir costos , eliminar errores de claves, acelerar procesos y vincular aplicaciones ; Robots , drones o vehículos autónomos; dispositivos físicos que operan en el mundo real,; ahorrar tiempo, mejorar la seguridad y facilitar las tareas cotidianas. (ESAN, 2019).

El cambio hacia nuevas técnicas debe ser impuestas, para estar vigentes en su entorno, no hay aquí más opción que cambiar, esta idea es reprochable, existe resistencia al cambio, si esto no se impone, diremos que no hay líder que tome y guie el desafío, pues no habrá cambio, es importante un líder fuerte (Osorio, 2015). La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero(Gonzales 2014). Si las MYPES no invierten en un planeamiento empresarial que les permita contar con todas las herramientas y personal fortalecido con las exigencias TIC, estarán aperturando nichos de muerte empresarial.

Competitividad empresarial en las MYPES del emporio de Gamarra

Cabe mencionar que las MYPES que no incorporen el uso de las tecnologías de información como parte del negocio ponen en riesgo su permanencia en el mercado ya que siempre existirán otras PYMES que sí lo hagan y obtengan una ventaja competitiva.

En el Foro Económico Mundial (WEF) se analizó el Reporte Global de Competitividad 2019, los rankings esta dado así; El primer latinoamericano es Chile en el lugar 33, seguido de México (48), Uruguay (54), Colombia (57), Costa Rica (62) y Perú (65). Las dificultades están en el entorno dentro del cual funciona la economía: instituciones, infraestructura y hay más. En el grado de entrenamiento de los trabajadores nos encontramos en el puesto 129, mientras que los conocimientos digitales de la población trabajadora, en el 123. Pero aún, en la enseñanza del pensamiento crítico, en el 113 (CARLOS PARODI, 2019). Esto es para reflexionar y empezar a capacitar en TIC a empleados para ser competitivos, además de otros agregados como habilidades blandas.

Uno de los grandes problemas que se ve en Gamarra es que predomina la informalidad, si eso sigue creciendo o no se disminuye la ventaja competitiva, será enorme quienes estén. mucho mejor preparados.

La política de formalización no existe en el emporio comercial de Gamarra, Sunat y Sunafil justifica que no se fiscaliza al informal. “Porque no tienen competencia para eso”. Ministerio de

Producción, intenta hacerlo con capacitaciones y charlas, pero se ve que ni el empresario formal le interesa la capacitación, al informal menos (Paolo Benza, 2019).

Para gozar de un bajo índice de informalidad laboral se tienen que aplicar políticas que sean sostenibles, que tengan un impacto significativo. Perú tiene un déficit de políticas de este tipo, el alto índice de corrupción e informalidad, evidencia el bajo nivel de competitividad (Morisaki, 2018). Disminuir las altas tasas de informalidad en nuestro país es uno de los grandes desafíos que debemos hacer frente a la corrupción, una mayor flexibilidad laboral, medidas que permitan equiparar los derechos laborales, una mejor eficiencia en la fiscalización y supervisión de las normas, etc. (Morisaki, 2018).

Competitividad, está relacionada con la forma en que una nación compite con el resto de naciones ofreciendo mejores productos y servicios, indicó Porter, que el Perú no tenía una estrategia de competitividad a largo plazo ni un rumbo definido, y que había tenido un desempeño mediocre en educación, infraestructura y competitividad, habla de "competitividad" mientras que Krugman habla de "productividad" este último comento que lo más importante es incrementar la productividad en términos absolutos y no el relativo a otros países. Porter señala que "Competitividad depende de la productividad con la cual las naciones usan su capital humano, capital, y recursos naturales"(Aguirre, 2014).

Un estudio propone metodología para la competitividad empresarial que considera tanto los factores internos de la pyme, utilizando el mapa del BID, como sus factores externos, utilizando el enfoque de Competitividad Sistémica de la Cepal. (María Luisa Saavedra García, 2012).

Es importante el nivel de competitividad de una organización en función de factores, principalmente la gestión desarrollada por la gerencia, para obtener grandes resultados también se deben correr grandes riesgos. Evaluar y medir estos aspectos, es una habilidad de gerentes exitosos en el mundo empresarial. (Jiménez Ramírez, 2006).

La competitividad es la capacidad de una empresa para enfrentar exitosamente a sus contrapartes, es productiva cuando ha desarrollado las condiciones internas que le permiten competir y las externas que le adicionan capacidad para reducir costos y competencia exitosa. La optimización de procesos internos empresarial es tarea de cada MYPE, Elevar la competitividad de las empresas es una condición indispensable para poder lograr el desarrollo del país. (Rubio y Baz, 2010).

Limitaciones de la TIC en la competitividad en las empresas peruanas

Los principales resultados indican bajos niveles de adopción de TIC en las empresas peruanas, las TIC utilizadas son las más básicas y con menores efectos en su competitividad. Se distingue mayor uso de TIC en medianas empresas que en pequeñas y poca distinción entre subsectores (Ibarra Cisneros, Manuel Alejandro; González Torres, Lourdes Alicia; Cervantes Collado, 2013).

En el estudio de la gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del sector textil en el distrito de La Victoria (Gonzales, 2014). Sostiene que el mayor porcentaje de las empresas dedicadas al rubro textil en el emporio comercial de Gamarra no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación, tienen un deficiente

o inexistente planeamiento empresarial, pierden excelentes oportunidades en pedidos macro, hace falta una apropiada política empresarial, así poder acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

Metodología

Se aplicó un cuestionario a una muestra de 393 empresas, se empleó una metodología cuantitativa, plateamos la siguiente hipótesis:
Existe incidencia de los recursos humanos a través de las TIC en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria.

Con el fin de que la muestra fuera estadísticamente representativa, se fijó considerando que se encontrarían proporciones que se estiman en el 50%, con un nivel deseado de confianza del 95%, y un error máximo de 5%, la recopilación de la información fue llevada a cabo por alumnos capacitados tanto en la aplicación del cuestionario como en la captura de este en la plataforma. La información fue recabada del 13 de febrero al 10 de marzo.
Las variables de la investigación están contenidas en varias secciones que forman parte del cuestionario aplicado a los participantes: insumos del sistema, procesos del sistema, resultados del sistema y tecnología; las primeras tres secciones conforman el análisis sistémico de la mype según lo proponen Posada, Aguilar y Peña (2016) y la última sección aborda el grado en el que el director utiliza las herramientas tecnológicas más comunes en el quehacer diario de su empresa. El análisis sistémico está basado en el principio de que en un sistema "existe interdependencia entre los componentes de la realidad investigada y que de la interacción entre ellos surgen propiedades que ayudan a entender la conformación y el funcionamiento de dicha realidad" (Martínez, 2008, p. 396). Las variables del análisis sistémico fueron valoradas conforme a una escala tipo Likert de cinco niveles (muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, muy en desacuerdo, no sé / no aplica). La sección de resultados del sistema está formada por las variables satisfacción con la empresa, ventaja competitiva, ámbito de ventas, principios ISO 2600 y asuntos ISO 2600; estos resultados son auto reportados por el director y constituyen diversas maneras para medir el éxito del negocio. La sección de tecnología es una variable con su propia escala, que aborda el grado en el que el director utiliza las herramientas tecnológicas más comunes en el quehacer diario de su empresa. En este caso se preguntó la frecuencia del uso de herramientas como computadora, internet, correo electrónico, compras por internet, etc. La escala varía desde nunca hasta siempre y está constituida por 11 ítems, sin embargo, los últimos cuatro abordan el tema de compras por internet por lo que se le dio una ponderación menor a cada ítem al considerarlos para la variable general.

Definición conceptual de la variable Tecnología

De acuerdo con Albarracín (2014), el desarrollo empresarial se ve afectado por la favorable o desfavorable relación entre la tecnología (haciendo referencia específica en las tecnologías de información y comunicación - TIC) y el rendimiento organizacional; este último concepto es posible fortalecerlo a través del uso de herramientas TIC, ya que se propicia una mayor efectividad en los procesos de planificación de recursos. El autor menciona, que

debe considerarse la inversión en tecnología, pues al realizar un desembolso fuerte, podría modificarse la estructura y los procesos de la administración.

Definición conceptual de la variable Competividad

Estrada y Dutrénit (2007) consideran una ventaja competitiva a las valoraciones sobre la calidad del producto y la calidad de introducir nuevos productos o procesos. Así como la disponibilidad de servicios técnicos especializados y la contratación de personal experimentado (p.138). El alfa de Cronbach para el instrumento fue de 1; de acuerdo a Castañeda et al. (2010) un resultado en este análisis menor a 0.10 significa que el instrumento de investigación no es confiable; un resultado entre 0.10 y 0.49, el instrumento es de baja confiabilidad; un resultado entre 0.50 y 0.69, es que el instrumento es de confiabilidad moderada, y con un resultado mayor a 0.70, el instrumento de investigación es altamente confiable, por lo que podemos decir que el cuestionario usado en este estudio es altamente confiable.

Definición conceptual de la variable recursos humanos

Estrada y Dutrénit (2007) establecen que el recurso humano o capital humano es un insumo indispensable para cumplir cualquier objetivo pues no hay un proceso de cambio o mejora sin la intervención de la habilidad, la experiencia y conocimiento de los recursos humanos.

Resultados

El instrumento fue validado mediante mediante el juicio de expertos , según Hernández (ob cit), para ser validado un determinado instrumento, se debe atender a los criterios de validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo, que sumados generan lo que se conoce como validez total, en efecto la validez total fue de 100% válido, y es confiable por que se realizó la prueba de alfa de Cronbach que fue de 1; de acuerdo a Castañeda et al. (2010) un resultado en este análisis menor a 0.10 significa que el instrumento de investigación no es confiable; y con un resultado mayor a 0.70, el instrumento de investigación es altamente confiable, por lo que podemos decir que el cuestionario usado en este estudio es altamente confiable.

En la tabla Nº1, podemos observar que el uso de la tecnología entre el uso personal arrojó que, en cuanto redes sociales, correo electrónico internet, what's app, faceebook, Instagram, youtube estas tecnologías son las más usadas con mayor porcentaje 81,9; 84,5; 62,8; 63,4; 81.4; 75,3 frente a los de uso laboral de las mismas tecnologías, pero con menor porcentaje. Cuando se debe priorizar para el uso empresarial.

Usuarios que utilizan tecnología para uso personal y laboral	uso personal	uso laboral
¿Tienes cuenta en redes sociales?	81.9	52.1
¿Tienes correo electrónico?	84.5	58.5
¿Tienes página web?	33.2	35.9
¿Usas la banca por internet?	37.6	41.8
¿Usas hoja de cálculo en la computadora? (Por ejemplo, Excel).	42.9	49.1
¿Usas procesador de texto en la computadora? (Por ejemplo, Word).	41.8	46.8
¿Usas programas de presentaciones en la computadora? (Por ejemplo, PowerPoint).	32.2	35.6
¿Usas programas de bases de datos? (Por ejemplo, Access, Sql, Oracle, etc.).	22.1	30.1
¿Usas algún buscador de internet?	62.8	51.2
¿Usas programas de computadora especiales para administrar empresas?	29.9	42.1
¿Usas programas de computadora de apoyo a la producción? (SAP, MRP, ERP, etc.).	20.8	29.3
¿Usas en el celular el correo electrónico?	63.4	47.3
¿Usas en la celular paquetería de oficina? (Hojas de cálculo, Word, PowerPoint).	38	39.5
¿Usas Whatsapp en el celular?	81.4	64.5
¿Usas otras redes sociales en el celular (Facebook, Instagram, YouTube, etc.)?	75.3	50.4
¿Haces facturas electrónicas para tus clientes?		34.2
¿Has adquirido para tu empresa tecnología que nunca usas? (Por ej apps o aplicaciones, programas de cómputo, computadoras, maquinaria, etc.).		32.7

Tabla 1. Porcentaje de empresarios que utilizan tecnología para uso personal y laboral
Fuente: Libro Relayn edición 2018, tomo II

La Tabla Nº2 muestra los resultados de la media y la desviación estándar de las variables analizadas, las cuales describen el comportamiento de las micro y pequeñas empresas encuestadas; lo anterior con el fin de establecer las bases del análisis sistémico, previo a realizar la correlación de las variables para medir su potencial tecnológico con el entorno de la empresa. La escala del análisis sistémico es Los ítems de las variables de insumos.

	Tipo	No. ítems	Media	Desviación estándar	Alfa de Cronbach
Recursos humanos	insumos	12	3.97	0.711	0.930
Tecnología	respuesta	11	3.60	1.129	0.924
Ventaja competitiva	resultados	6	4.08	0.626	0.818

Tabla Tabla N° 2. Estadística descriptiva de las variables de estudio
Fuente: Libro Relayn edición 2018, tomo II

Analizando la Tabla Nº 2, los resultados de las medias, encontramos que los empresarios de las micro y pequeñas empresas encuestados reportan valores altos en las variables; dado que la gente tiende a reportar mejores valores de los reales –por no quedar mal – estos valores deben ser usados de manera comparativa y no como un indicador objetivo. Entre recursos humanos, tecnología y ventaja competitiva el menos relevante es la tecnología con una puntuación de 3.60 Tecnología, y el más relevante fue ventaja competitiva con una puntuación de 4.08.

Correlación de las variables sistémicas con el uso de la tecnología.

El objetivo de este estudio fue analizar el uso de la tecnología de la información y comunicación y su incidencia en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria, el valorar en qué medida el uso de la tecnología está permitiendo o inhibiendo el buen funcionamiento de la MYPES del municipio en estudio.

	Pearson	p.varlor	Spearman	p.varlor.1	Kendall	p.varlor.2
Proveedores	0.043	0.407	0.027	0.606	0.017	**0.651**
Análisis de mercado	0.081	0.113	0.105	0.040	0.076	**0.035**
Recursos humanos	0.168	0.001	0.171	0.001	0.119	**0.001**
Dirección	0.109	0.034	0.107	0.037	0.078	**0.031**
Gestión de ventas	0.062	0.228	0.078	0.131	0.059	**0.104**
Innovación	0.216	0.000	0.238	0.000	0.172	**0.000**
Producción - operación	0.126	0.014	0.106	0.038	0.077	**0.038**
Mercadotecnia	0.175	0.001	0.152	0.003	0.111	**0.002**
Finanzas	0.162	0.002	0.147	0.004	0.103	**0.004**
Satisfacción con la empresa	0.092	0.072	0.097	0.060	0.068	**0.061**
Ventaja competitiva	0.082	0.111	0.077	0.133	0.055	**0.132**
Ámbito de ventas	0.172	0.001	0.187	0.000	0.134	**0.000**
ISO 26000	**0.170**	**0.001**	**0.134**	**0.009**	**0.095**	**0.008**

Tabla Tablas Nº 3. Correlación del uso de la tecnología con los componentes del análisis sistémico.
Fuente: Libro Relayn edición 2018, tomo II

En la tabla Nª 3 podemos observar que la relación más fuerte es con la variable de Innovation, y la correlación entre las variables de estudio ventaja competitiva existe una relación muy débil con respecto la variable de uso de tecnología, lo que significa que se debe implementar el uso de la TIC en las MYPE.

Prueba De Hipótesis General

Hipótesis Alterna (H1)

Existe incidencia de los recursos humanos a través de las TIC en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria,2019.

Hipotesis Nula (H o)

No Existe incidencia de los recursos humanos a través de las TIC en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria,2019.

			Recursos Humanos con TIC	Competitividad de MYPES
Rho de Spearman	Recursos Humanos con TIC	Coeficiente de correlación	1,000	,783**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	393	393
	Competitividad de MYPES	Coeficiente de correlación	,783**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	393	393

**. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 04 Grado de Correlación entre Recursos Humanos con TIC y Competitividad de las MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria,2019.

Discusión

El estudio encontró que existe una relación lineal estadísticamente significativa, moderada y es directamente proporcional, entre los Recursos Humanos con TIC y la competitividad de las MYPES, ($rS = 0.783$, $p < 0.05$), por lo que el nivel de incidencia de los recursos humanos a través de las TIC es moderado en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria, se aprueba la hipotésis alterna que indica : Existe incidencia de los recursos humanos a través de las TIC en la competitividad de la MYPES textiles del emporio de Gamarra, del distrito de La Victoria,2019. Corroboramos con este resultado que en la administración de las MYPES debe considerarse la aplicación de un alto grado de preparación de los recursos humanos, para responder en el manejo de materiales e insumos , actividades financieras y tecnológicos en las actividades y procesos de las empresas.(Espinoza, 2018).

Respuestas estadísticas y estudios coincidentes con lo que indica el diario capitalino empresarial del Perú, “Los recursos humanos juegan un papel fundamental en el crecimiento de una organización, reconocer el papel clave que juegan los trabajadores en la realización de las tareas imprescindibles para el éxito de la empresa”. (Conexión, 2015); Autores como Barney (1991), Gómez-Mejía, Balkin y Cardy (1997), Dolan, Cabrera, Jackson y Schuler (2003) resaltan que un elemento que diferencia a los ganadores de los perdedores en los mercados internacionales del siglo XXI es la eficacia de la estructura humana. (Macau, 2004) indicó que las TIC cumplen diversos papeles en el seno de una organización, desempeñan diversas funciones al mismo tiempo, necesarias e imprescindibles, no necesariamente estratégicas; sin embargo, son clave y fundamentales del funcionamiento de la organización moderna. Efectivamente no todas las MYPES son iguales, sus necesidades de TIC son diversas. (Elizabeth y Melo, 2018) indicó que se debe generar iniciativas y proyectos que empujen una verdadera acción de investigación, desarrollo e innovación.(Lenin Blanco Cruz Carlos Salazar Villegas, s. f.) complementamos los estudios de otros, en que existe correlación entre los resultados y el tiempo empleado para elaborarlos , pues le da un escenario de primera a la optimización de los procesos y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

Conclusiones

Los recursos humanos en las MYPES juegan un papel fundamental para el crecimiento empresarial, se debe invertir en dotarles de habilidades duras y blandas.

Las MYPES textiles del emporio de Gamarra deberán estar en constante mejora por las exigencias de los consumidores en el uso de recursos TIC, frente a la competitividad empresarial, mayor aun por dedicarse a la fabricación de telas, confección de prendas de vestir, en el emporio de Gamarra, distrito La Victoria

Las pymes en la administración están obligada a prever la utilización de los mejores recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos en el desarrollo de las actividades y procesos empresariales.

Los estudios indican que los bajos niveles de adopción de TIC en las empresas, las TIC utilizadas son las más básicas y con menores efectos en su competitividad.

Insertarse al nuevo nivel de conectividad, **con** agentes inteligentes en la nube que se comuniquen brindando la mejor experiencia **tecnología, así** responder a las exigencias de servicio web más personalizado.

Referencias

Bullini Orlandi, L., Ricciardi, F., Rossignoli, C., & De Marco, M. (2019). Scholarly work in the Internet age: Co-evolving technologies, institutions and workflows.

Carlos Parodi. (2019). Competitividad en el Perú 2019 | Blogs | Gestión.

Cano Pita, Galo Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambioestructural en las organizaciones

Chiavenato, I. (2002). Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Bogotá, Colombia: McGraw–Hill.

Colivoro, C. S., & Galaretto, M. H. (2014). Representaciones sociales de los docentes en torno a la introducción de las TIC a sus prácticas pedagógicas. Informes Científicos Técnicos - UNPA.

Conexión Esan (2015) La importancia del capital humano para el éxito en los negocios, https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales

Correa Espinal, A. A., Gómez Montoya, R. A., & Cano Arenas, J. A. (2010). Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC). Estudios Gerenciales.

Cristina, M., & De La Madrid, L. (2007). Uso de las tic en la educación superior de México. Un estudio de caso. 63-81.

Raquel Eunice Cruz Perdomo(2013) Importancia de los recursos humanos .

Daniel Chicoma. (2017). Tecnologías de Información y Comunicación y su Incidencia en La Competitividad de las MYPEs de Calzado del Distrito El Porvenir.

Dra. Maricela Osorio Guzmán. (2015). Alternativas para nuevas prácticas educativas Libro 3. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Elizabeth, M., & Melo, R. (2018). Limitaciones De Mype Textiles En Gamarra Al Acogerse .

Espinoza Acosta David César. (2018). “Productividad Para La Mejora Continua Y Competitividad De Las Empresas Textiles Del Emporio Gamarra De Lima Metropolitana, Análisis Y Propuest.

Estrada, S. y Dutrénit, G. (2007). Gestión del conocimiento en PYMES y desempeño competitivo.

Gonzales luquillas. (2014). gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria - AÑO 2013.

Gómez–Mejía, L., Balkin, D. y Cardy, R. (2001). Dirección y gestión de recursos humanos. Madrid, España: Prentice Hall. Pearson Educación S.A.

Ibarra Cisneros, Manuel Alejandro; González Torres, Lourdes Alicia; Cervantes Collado, K. E. (2013). La adopción de las TIC en las PyMEs del sector manufacturero de Baja California.

Jiménez Ramírez, M. (2006). Modelo de competitividad empresarial. UMBral Científico, (9), 115.

Lenin A. Parraga-Zambrano I, Katty G. Zambrano-Alcivar II, & Marco A. Reyes-Trejo III. (2018). I

Lenin Blanco Cruz Carlos Salazar Villegas, E. (s. f.). Vision Desde El Estado Y La Academia Competitiveness and Innovation in Smes, a View From the State and the

Academy. R

Macau, R. (2004). TIC: ¿para qué? (Funciones de las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones). RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, 1(1), 2.

María Luisa Saavedra García. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. Pensamiento & Gestión, (33), 93-124.

Martinez De La Cruz, L. y U. G. L. (2014). Formalizacion de las Mypes en la Ciudad de Trujillo.

Morisaki, A. (2018). Informalidad laboral en el Perú y su relación con el crecimiento económico e inclusión financiera. Asociación de bancos del Perú, (271).

Paolo Benza. (2019). Coordinadora de Empresarios de Gamarra: «La política de formalización de este país no existe».

Quecursos (2017) El área de Recursos Humanos es fundamental para el buen funcionamiento de la

RELAYN 2018, Tomo II, capitulo 78 , Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico. Caso La Victoria, Lima.

Rubio, L., & Baz, V. (2010). El poder de la competitividad. Capital Humano, (249), 74-81

Sánchez Aguilar, A., Morán Flores, Montero Kang, M. (2017). Caracteristicas de las empresas del emporio comercial de Gamarra,2016.

SUNAT. (2017). Régimen MYPE Tributario: Un nuevo régimen para los contribuyentes. Sunat.



ESTUDIOS EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Volumen 4
Enero- Abril 2020 I No.1
ISSN: 2594-1674